

جامعة عمار ثليجي - الأغواط

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

قسم الإعلام والاتصال



الموضوع:

## أثر الحملات الإعلامية في نشر الثقافة الأمنية لدى تلاميذ الثانوي

دراسة ميدانية لنشاط الأمن الوطني بعدد من ثانويات مدينة الأغواط

مذكرة تخرج ضمن متطلبات شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة

\* إشراف:

\* أ. خير الدين حجار خرفان

\* إعداد:

\* مصطفى بطيمي

\* محمود شويرب

أمام لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
أ. حسين مساعدي	جامعة عمار ثليجي	رئيسا
أ. خير الدين حجار خرفان	جامعة عمار ثليجي	مشرفا
أ. علاء عبد القادر	جامعة عمار ثليجي	مناقشا

السنة الجامعية:

2020/2019

## شكر وتقدير

يقول عليه الصلاة و السلام: " من لا يشكر الناس لا يشكر الله "

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب  
ووفقنا إلى انجاز هذا العمل

نتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على  
انجاز هذا العمل وفي تذليل ما واجهناه من صعوبات، ولا يفوتنا أن نشكر كل  
أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال، ونخص بالذكر الأستاذ المشرف  
" خير الدين حجار خرفان " و الأستاذ " حسين مساعدي "  
و الأستاذة " ذهبية آيت قاسي " الذين لم ييخلوا علينا بتوجيهاتهم ونصائحهم  
القيمة التي كانت عوننا لنا في إتمام هذا العمل.

# إهداء

اهدي ثمرة جهدي هذا المتواضع إلى:

روح أمي الطاهرة رحمها الله و اسكنها فسيح جنانه ، و إلى من تعب من أجلي

فشاربت لأجله ، و وضع ثقته بي فكيف لي أن أخيبه...أبي و إلى إخوتي

عبيد و رياض. كما أهدي هذا العمل إلى زوجة أبي. وإلى جداتي وجددي

أطال الله في عمره وإلى أعمامي وعماتي وأخوالي وخلاتي.

وإلى جميع أسرة بطيمي وبن رحمون وأمحمدي والساسي وصيلع.

وإلى كل الزملاء في الفوج 03 وإلى جميع طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال.

دفعة 2020/2019

مصطفى

# إهداء

علمتني الحياة أنه ليس معي إلا الله وحده، إذا عثرت أقامني الله و إذا مرضت شفاني

الله، و إذا افتقرت أغناني الله، و إذا أذبت غفر لي الله.

إلى الشمعة التي تحترق لتضيء، وتعطي دون ان تسأل الأخذ... أمي

إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم إلى القلب الكبير.....

أبي

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة و النفوس البريئة إلى رياحين حياتي إخوتي خليل إبراهيم و

خديجة و سليمة .

و إلى كل أسرة شويرب و بن معاش

و إلى كل الزملاء في الفوج 03 و إلى جميع طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال.

دفعة 2020/2019

محمود

### ❖ ملخص الدراسة باللغة العربية:

إن استخدام مفهوم الثقافة الأمنية هو جديد نسبياً في مجتمعنا تهدف المؤسسات الأمنية إلى ترسيخه والتوعية بأهميته عبر الحملات الإعلامية لتحقيق الوعي الأمني. وتكون مجتمع دراستنا من تلاميذ الثانوي وتم اختيار العينة متعددة المراحل مكونة من 181 مفردة من التلاميذ وزع عليهم استبيان تضمن مجموعة من الأسئلة ذات العلاقة بأسئلة وفرضيات الدراسة.

توصلت دراستنا للعديد من النتائج وأبرزها التأثير القوي للحملات الإعلامية على تلاميذ الثانوي في تغيير وتعديل السلوك وتبني الثقافة الأمنية، عبر مواضيع مهمة طرحت في الحملات الإعلامية لمديرية الأمن كنموذج بارز للحملة وطنية تحسيسية حول مخاطر استهلاك المؤثرات العقلية (مكافحة المخدرات) التي نشرتها مديرية الأمن في 48 ولاية على مستوى كل الثانويات وفضاءات الشباب بهدف التوعية من مخاطر المخدرات والتقليل منها، كما توصلت دراستنا إلى المستوى الدراسي والجنس كأحد المؤشرات التي تلعب دور هاماً في مدى استيعاب مواضيع الثقافة الأمنية.

## مقدمة

### الإطار المنهجي والمفاهيمي

- 1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.
- 2- فرضيات الدراسة.
- 3- أسباب إختيار الموضوع.
- 4- أهداف الدراسة.
- 5- أهمية الدراسة.
- 6- نوع الدراسة ومنهجها.
- 7- مجتمع الدراسة وعينته.
- 8- أدوات جمع البيانات.
- 9- مصطلحات ومفاهيم الدراسة.
- 10- حدود الدراسة.
- 11- الدراسات السابقة.
- 12- صعوبات الدراسة.

### الإطار النظري للدراسة

#### الفصل الأول: الحملات الإعلامية.

##### تمهيد

المبحث الأول: ماهية الحملات الإعلامية.

المطلب الأول: الخلفية التاريخية للحملات الإعلامية والهيئات الراعية لهذه الحملات.

المطلب الثاني: مفهوم الحملات الإعلامية.

المطلب الثالث: أنواع الحملات الإعلامية.

المطلب الرابع: أهمية وأهداف الحملات الإعلامية.

المبحث الثاني: عوامل والخطوات التنفيذية للحملات الإعلامية.

المطلب الأول: عوامل نجاح الحملات الإعلامية.

المطلب الثاني: مبادئ هامة للحملات الإعلامية.

المطلب الثالث: الخطوات التنفيذية للحملات الإعلامية.

المطلب الرابع: نماذج بعض الحملات الإعلامية في الجزائر.

خلاصة الفصل.

#### الفصل الثاني: الثقافة الأمنية.

##### تمهيد

المبحث الأول: ماهية الثقافة والأمن.

المطلب الأول: مفهوم الثقافة.

المطلب الثاني: خصائص وتصنيفات الثقافة.

المطلب الثالث: مفهوم الأمن.

المطلب الرابع: أبعاد الأمن.

المبحث الثاني: ماهية الثقافة الأمنية.

المطلب الأول: مفهوم الثقافة الأمنية.

المطلب الثاني: خصائص ووظائف الثقافة الأمنية.

المطلب الثالث: الأساليب المعتمدة لتنمية الثقافة الأمنية.

المطلب الرابع: أهمية الثقافة الأمنية.

خلاصة الفصل

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة.

بطاقة فنية عن المديرية العامة للأمن الوطني.

بطاقة فنية عن الثانويات.

عرض النتائج وتحليلها.

مناقشة النتائج والتوصيات.

خاتمة

رقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين تصنيف الحملات الإعلامية	50
02	يبين ملخص تعريفات الثقافة	76
03	يمثل أفراد العينة حسب متغير الجنس	97
04	يمثل أفراد العينة حسب مستوى التعليمي	98
05	يمثل أفراد العينة حسب مكان الإقامة	99
06	يمثل أفراد العينة حسب الشعبة	100
07	يمثل مفهوم الأمن عند أفراد العينة	101
08	يمثل أهمية الأمن عند أفراد العينة	102
09	يمثل المشاكل الأمنية الأكثر انتشار في المدرسة والمجتمع	103
10	يمثل أسباب انتشار المشاكل الأمنية في المدرسة والمجتمع	104
11	يمثل دور الثقافة الأمنية في رأي العينة	106
12	يمثل أهمية المواضيع الأمنية في البرنامج الدراسي للتلاميذ	107
13	يمثل كيفية معالجة المشاكل الأمنية	108
14	يمثل الوعي الأمني في المجتمع	109
15	يمثل أهمية الحملات لدى أفراد العينة	110
16	يمثل الأسلوب الإقناعي الذي تفضله العينة في الحملات الإعلامية	111
17	يمثل اللغة المستعملة في الحملات	113
18	يمثل اللغة التي يفضلها أفراد العينة في الحملات	114
19	يمثل الوسيلة المفضلة لدى أفراد العينة	115
20	يمثل درجة اهتمام أفراد العينة بالحملات	116
21	يمثل نسبة المعلومات والمعرفة المكتسبة من رسائل الحملات	117
22	يمثل إلى ماذا يؤدي الاستماع لهذه الحملات	118
23	يمثل مدى درجة تغيير سلوكيات العينة	119
24	يمثل لمن ينقل أفراد العينة مواضيع الحملات	120

121	يمثل كيف يرى أفراد العينة الحملات الإعلامية	25
122	يمثل هل أفراد العينة مع أو ضد استمرار هذه الحملات	26
123	يمثل أكثر حملة توعية بقية راسخة في ذهن أفراد العينة	27
124	يمثل العلاقة بين الجنس وأكثر حملة توعية بقيت عالقة في ذهن التلاميذ	28
125	يمثل العلاقة بين المستوى التعليمي والأسلوب الإقناعي المفضل لدى أفراد العينة	29
127	يمثل العلاقة بين المستوى التعليمي ورسائل حملات التوعية الأمنية	30
128	يمثل العلاقة بين المستوى التعليمي وأثر مواضيع الحملات على أفراد العينة	31
129	يمثل العلاقة بين الجنس وفائدة الحملات الإعلامية	32

## فهرس الأشكال والدوائر النسبية

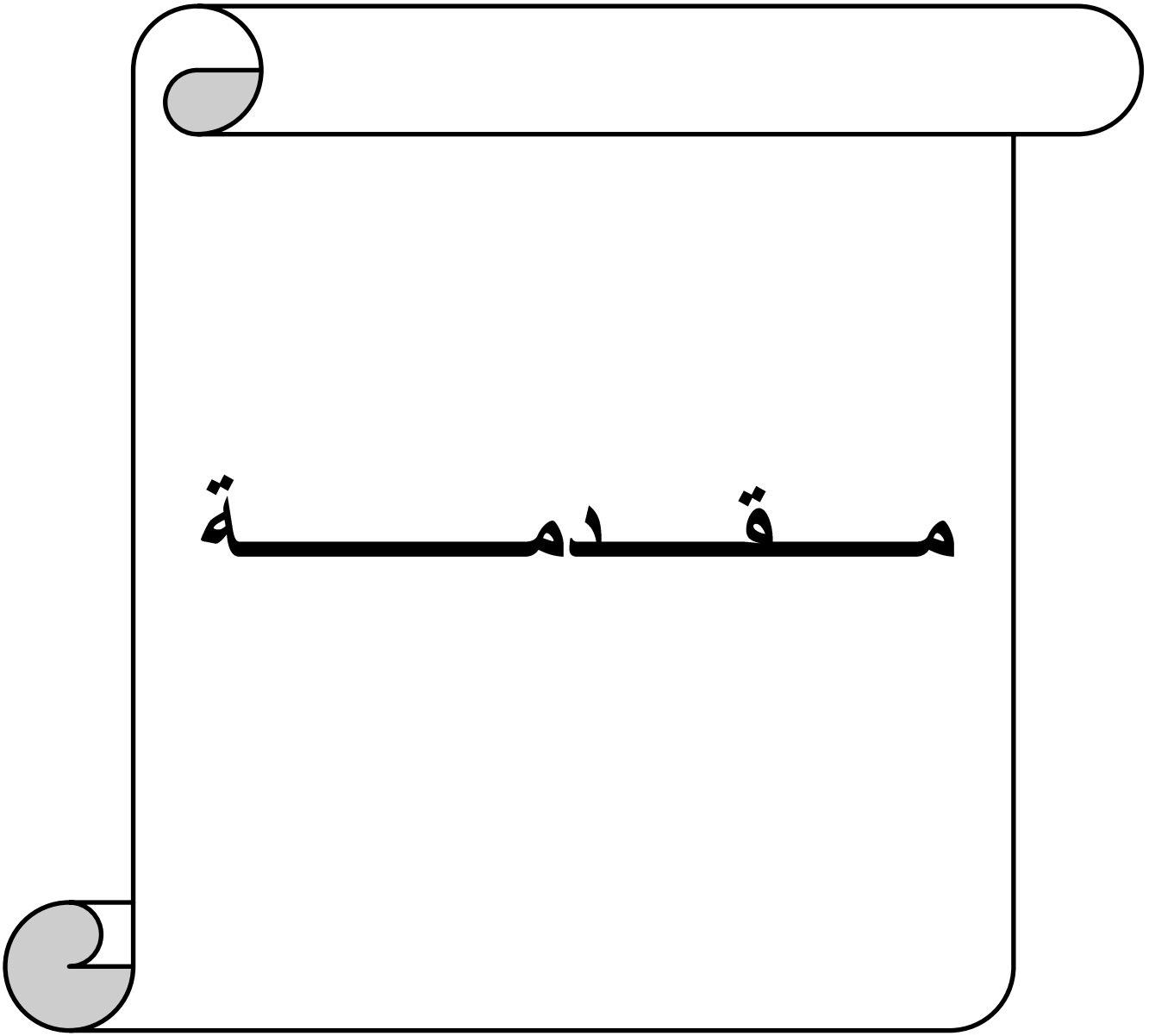
رقم	قائمة الأشكال والدوائر النسبية	الصفحة
01	مخطط يمثل الخطوات التنفيذية للحملات الاعلامية	52
02	يمثل حملة إعلامية حول التوعية المرورية	54
03	يمثل حملة إعلامية حول حماية الطفولة ضد العنف	56
04	يمثل حملة إعلامية حول مخاطر الأنترنت	59
05	يمثل حملة إعلامية حول مخاطر استهلاك المؤثرات العقلية	60
06	تمثل أفراد العينة حسب متغير الجنس	97
07	تمثل أفراد العينة حسب مستوى التعليمي	98
08	تمثل أفراد العينة حسب مكان الإقامة	99
09	تمثل أفراد العينة حسب الشعبة	100
10	تمثل مفهوم الأمن عند أفراد العينة	101
11	تمثل أهمية الأمن عند أفراد العينة	102
12	تمثل المشاكل الأمنية الأكثر انتشار في المدرسة والمجتمع	103
13	تمثل دور الثقافة الأمنية في رأي العينة	106
14	تمثل أهمية المواضيع الأمنية في البرنامج الدراسي للتلاميذ	107
15	تمثل كيفية معالجة المشاكل الأمنية	108
16	يمثل الوعي الأمني في المجتمع	109
17	تمثل الأسلوب الاقناعي الذي تفضله العينة في الحملات الاعلامية	112
18	تمثل اللغة المستعملة في الحملات	113
19	تمثل اللغة التي يفضلها أفراد العينة في الحملات	114
20	تمثل الوسيلة المفضلة لدى أفراد العينة	115
21	تمثل درجة اهتمام أفراد العينة بالحملات	116
22	تمثل نسبة المعلومات والمعرفة المكتسبة من رسائل الحملات	117
23	تمثل إلى ماذا يؤدي الاستماع لهذه الحملات	118
24	تمثل مدى درجة تغيير سلوكيات العينة	119

## فهرس الأشكال والدوائر النسبية

120	تمثل لمن ينقل أفراد العينة مواضيع الحملات	25
121	تمثل كيف يرى أفراد العينة الحملات الإعلامية	26
122	تمثل هل أفراد العينة مع أو ضد استمرار هذه الحملات	27
123	تمثل أكثر حملة توعية بقية راسخة في ذهن أفراد العينة	28

## قائمة الملاحق

رقم	عنوان الملاحق
01	الاستبيان
02	إجمالي عدد تلاميذ وثانويات الأغواط
03	ثانويات ولاية الأغواط
04	عدد التلاميذ في ثانوية الإمام الغزالي
05	عدد التلاميذ في ثانوية عمر دهيئة
06	عدد التلاميذ في ثانوية حمدي قدور
07	حملة إعلامية لمديرية الأمن بعنوان لا للمخدرات...نعم للحياة
08	حملة إعلامية لمديرية الأمن بعنوان حياتك أسعد...بدون مخدرات



مفتحة

ترتبط الحملات الإعلامية بشتى أنواعها ارتباطاً وثيقاً بالمجتمع وهذا من خلال ما تقدمه من برامج، فهي تتأثر بالأوضاع الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، التي باتت تهدد سلامة المجتمع وسيره وتوازنه، فقد أصبح من الضروري على الدول والحكومات الاعتماد على طرق وتقنيات عملية للحد من تفاقم هذه المشكلات والتقليل من حدتها وأثارها السلبية من خلال الاعتماد على أسلوب الإقناع الذي يعكس درجة احترام الفرد وإعطائه قيمته وتمكينه من تغيير سلوكياته.

فالحملات الإعلامية الأمنية أصبحت ضرورة لزيادة الوعي الأمني في المجتمعات وهي وسيلة من الوسائل التي لا يمكن الاستغناء عنها من أجل التأثير في معتقدات الناس وقناعاتهم ووعيهم والقدرة على توجيههم وتغيير سلوكياتهم وذلك من خلال غرس الثقافة الأمنية في الأجيال الصاعدة وبناء نسيج اجتماعي صلب قادر على تنمية الحس الأمني ويكون له دور ريادي في نشر الثقافة الأمنية وتعزيز أهميتها في المجتمع.

ولذلك ارتأينا إجراء هذه الدراسة التي تناولت في مضمونها "أثر حملات مديرية الأمن في نشر الثقافة الأمنية لدى تلاميذ الثانوي" وفق دراسة وصفية لعينة من ثانويات مدينة الأغواط باعتبار ثانويات هي من أحد الفضاءات العمومية التي يتلقى فيها التلاميذ مجموعة من المعلومات والمهارات جانب فيها لتطوير مكتسباته العلمية وأخرى تساعده على تحسين حياته اليومية فبحثت دراستنا في كيفية رؤية التلميذ لمواضيع الثقافة الأمنية التي يتعرض لها عبر حملات مديرية الأمن وفي المنهج الدراسي وهل حققت عنده وعي بأهمية الأمن وكسب سلوكيات جديدة وتنمية شعوره بالمسؤولية اتجاه الوسط المدرسي والمجتمع ككل، فتعتبر المدرسة هي المجتمع المصغر للتلميذ ويجب على المسؤولين في الثانويات توفير الآليات والمساهمة في دمج التلاميذ بمحيطهم الداخلي والخارجي فعلى سبيل المثال تطرقنا في دراستنا إلى ثلاث ثانويات وهم: ثانوية الإمام الغزالي وثانوية عمر دهبينة وثانوية حمدي قدور، فلاحظنا قيام هذه الثانويات ببعض الفعاليات المشتركة مع مديرية الأمن من

أجل نشر الثقافة الأمنية وزيادة الحس الأمني والوعي، وبغية تسليط الضوء على الآليات التي تتبعها المؤسسات الأمنية في تحقيق ما سلف ذكره والتعرف على الأساليب والوسائل المتبعة في نشر الثقافة الأمنية والطرق التي تعالج بها المواضيع المطروحة في الحملات الإعلامية، كما أن الاهتمام بموضوع الثقافة الأمنية يعتبر من أبرز المواضيع في الفترة الحالية والتي تحظى باهتمام كبير سواء من طرف الجهات المعنية أو أفراد المجتمع، فالثقافة الأمنية تعالج مواضيع عديدة منها: العنف المدرسي والجريمة الإلكترونية، وقد يكون لها أثر قوي في تعديل وتغيير السلوك وتبني ما تطرحه الحملات الإعلامية الأمنية من طرف مديرية الأمن بمدينة الأغواط.

وقد تناولنا في موضوع دراستنا من خلال خطة البحث التي شملت مقدمة وإطار منهجي وإطار نظري وإطار تطبيقي.

قمنا في الإطار المنهجي بتحديد إشكالية الدراسة وتحديد تساؤلاتها وفرضياتها إلى جانب أسباب اختيار الموضوع، ثم تطرقنا إلى أهداف وأهمية الدراسة، إضافة إلى نوع الدراسة والمنهج المستخدم ومجتمع الدراسة وأدوات جمع البيانات وتحديد المفاهيم والمصطلحات والاطلاع على الدراسات السابقة التي تخدم موضوعنا والصعوبات التي واجهتنا.

أما الإطار النظري فتكون من فصلين الفصل الأول تضمن الحملات الإعلامية تطرقنا فيه إلى الخلفية التاريخية للحملات الإعلامية ومفهومها وأهدافها وأهميتها ثم انتقلنا إلى عوامل ومبادئ والخطوات التنفيذية للحملات الإعلامية وبعض النماذج للحملات الإعلامية في الجزائر.

أما الفصل الثاني فتطرقنا فيه إلى مفهوم الثقافة وخصائصها وتصنيفاتها ثم تعرفنا على مفهوم الأمن وأبعاده ثم انتقلنا إلى مفهوم الثقافة الأمنية وخصائصها ووظائفها وأهميتها والأساليب المعتمدة لتنمية الثقافة الأمنية.

وفي الإطار التطبيقي اشتمل على عرض النتائج وتحليلها و في الأخير مناقشة النتائج والتوصيات وننتهي بالخاتمة.

الإطار المنهجي

والمفاهيمي

## 1- إشكالية الدراسة:

يعد الأمن مفهوم واسع المجالات والحاجة إليه تشمل مختلف أبعاد النشاط الإنساني ولذلك يعتبر الأمن حاجة نفسية واجتماعية كما أشار إلى ذلك العديد من علماء الاجتماع وعلماء النفس على أن الإحساس بالأمن يساهم في تكامل شخصية الفرد ونموه نمو سليما لأنه يعزز ثقته بنفسه ويدعم توافقه الاجتماعي وتوازنه النفسي واندماجه في الجماعة التي ينتمي إليها، كما تعد الثقافة الأمنية مفهوم جديد يستخدم من قبل المؤسسات الأمنية والحكومية لإشاعة الوعي بين كافة فئات المجتمع والتي تهدف إلى إيجاد جيل يشارك الأجهزة الأمنية في منع الجريمة والوقاية منها، بمعنى أن الأمن مسؤولية الجميع وأصبحت الثقافة الأمنية استراتيجية تتبعها الشعوب لتحقيق التكيف والضبط الاجتماعي خاصة بعدما شاهده العالم خلال السنوات الأخيرة من تغيرات أثرت على مختلف مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وقد أفرزت تلك التغيرات حاجة الدول إلى تنمية الثقافة الأمنية وتعميم الوعي بين الأفراد وإيجاد بيئة تساعد على التطور ودفع عجلة التنمية.

كما للثقافة الأمنية أهمية كبيرة في المجتمع وتتمثل في تنمية الحس الأمني لدى المجتمع والقدرة على توقع الأحداث الإجرامية ومظاهر الانحراف والاستعداد للتصدي لها ومنع حدوثها، ومعرفة الأسباب المؤدية للمشكلات الأمنية والعمل على معالجتها، ومعرفة الجمهور بخدمات المؤسسات الأمنية وبالرسالة الأمنية وبالجهود المضنية التي تقدمها المؤسسات الأمنية في سبيل تحقيق الأمن والاستقرار بالتعاون مع المؤسسات الأمنية ومعرفة الطرق والأساليب والوسائل والحملات الإعلامية التي تقدمها هذه المؤسسة للمجتمع.

وتعد الحملات الإعلامية نشاط اتصالي مخطط ومنظم وخاضع للمتابعة والتقييم، تقوم به مؤسسات أو مجموعات أو أفراد، ويمتد لفترة زمنية بهدف تحقيق أهداف معينة باستخدام وسائل الاتصال المختلفة وسلسلة من الرسائل الإعلامية وباعتماد أساليب استمالة مؤثرة، بشأن موضوع محدد، يكون معه أو ضده ويستهدف جمهورا كبيرا ونسبيا.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>-علي، كنعان. إدارة الحملات الإعلامية، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014، ص16.

وتكمن أهميتها في كونها تتوجه إلى جماهير تتسم بالاختلاف والتنوع وتتصدى لتغيير اتجاهات وسلوكيات اجتماعية مختلفة وهذا ما يتطلب جهدا كبيرا يتسم بالاستمرارية حيث في كثير من الأحيان يرفض الفرد تغيير أفكاره وسلوكياته ومن ثمة معتقداته التي تم اكتسابها من قيم وعادات المجتمع، كما لها أهمية كبيرة من ناحية تطويع أو تعديل السلوك الإنساني في الاتجاه المرغوب فيه من قبل القائم بالاتصال في الحملة، ذلك أنها تم تصميمها وتنفيذها من قبل الجهات المتخصصة والمؤهلة فإنها تؤدي إلى توعية الجمهور المستهدف وتساعد على التعرف على نقاط القوة والضعف الكامنة وراء قضية ما كخطوة أولى، كما أنها معينة بتصويب سلوك الجمهور المستهدف نحو تحقيق الهدف المنشود كخطوة ثانية.

تعد أسلوب من أساليب نشر الثقافة الأمنية عن طريق تشجيع وتحفيز الأفراد على المشاركة مع رجال الأمن وذلك عن طريق تنفيذ حملات توعوية للتعاون وهو ما يعرف بالشراكة المجتمعية، وعقد ندوات يشارك بها رجال الأمن ويلتقون مع أفراد المجتمع حتى يذوب الحاجز النفسي بينهما وتدریس بعض المواد الأمنية في المؤسسات التعليمية والتربوية التي تكسب أفراد المجتمع ثقافة قانونية ونظامية.

ولمديرية الأمن بمدينة الأغواط جهود مبذولة في نشر الثقافة الأمنية بين مختلف فئات المجتمع عن طريق حملات التوعية المختلفة التي هي عبارة عن الطرق والقنوات التي تستخدمها للتواصل مع الجمهور المستهدف بقصد التأثير عليه سواء في تبني فكرة أو تعديل سلوك، وهو وسيلة من وسائل التأثير الجماهيري وقد لعب دورا كبيرا في حياة المجتمعات الإنسانية.

وهناك فعاليات تقوم بها مديرية الأمن بمدينة الأغواط على غرار التعاون مع الثانويات في التهيئة لبرامج الثقافة الأمنية وتنمية الحس الأمني والعمل على إقامة لجان وفرق عمل مشتركة بين وزارة الداخلية ووزارة التربية والتعليم من خلال تأليف الكتيبات والمطويات وتصميم المنشورات والملصقات الإعلامية والعمل على إعداد المواد السمعية البصرية لفائدة تلاميذ الثانويات لدعم المحتوى التعليمي وتوسيع نطاق النشر لهذه الثقافة ليتمكن كل التلاميذ من التعرف على حقوقهم وواجباتهم، وعليه فإن كل المؤسسات التربوية

والأجهزة الأمنية تعمل بنجاحة على نشر الثقافة الأمنية لتحقيق الشعار الأمني المتداول "الأمن مسؤولية الجميع وما الشرطة إلا أداة لتحقيقه".

وبالتالي فإن تساؤل هذه الدراسة الرئيسي يكمن في السؤال التالي:

ما هو أثر الحملات الإعلامية لمديرية الأمن بمدينة الأغواط في نشر الثقافة الأمنية لدى تلاميذ الثانوي؟

- تساؤلات الدراسة:

1- ما هي أهم الموضوعات التي جذبت انتباه التلاميذ في الحملات الإعلامية لمديرية الأمن بمدينة الأغواط في الثانويات؟

2- ما هي الأساليب الإقناعية التي يفضلها التلاميذ في الحملات الإعلامية لمديرية الأمن بمدينة الأغواط؟

3- ما هو أثر الحملات الإعلامية لمديرية الأمن بمدينة الأغواط على تلاميذ الثانوي؟

2- فرضيات الدراسة:

1- كلما زادت حملات التوعية الأمنية كلما زاد الوعي الأمني لدى التلاميذ.

2- العنف المدرسي من أهم الموضوعات التي جذبت انتباه التلاميذ في الحملات الإعلامية.

3- الأساليب الإقناعية التي يفضلها التلاميذ في هذه الحملات هي: استمالات عقلية.

4- للحملات الإعلامية أثر قوي على تلاميذ الثانوي.

3- أسباب إختيار الموضوع:

مما لا ريب فيه أن كل دراسة علمية لا تبني إعتباطاً، ولا عفويّاً بل تخضع لأسباب عدة موضوعية كانت أم ذاتية، ومن جملة الأسباب التي دفعتني لدراسة هذا الموضوع نقاط نحصرها فيما يلي:

1- قلة الدراسات في موضوع الثقافة الأمنية.

2- لاحظنا انتشار الحملات الإعلامية لمديرية الأمن في نشر الثقافة الأمنية لدى تلاميذ الثانوي.

3- معرفة مدى تبني التلاميذ الثانويات لهذا النوع من الحملات.

4- أهداف الدراسة:

• معرفة أهم الموضوعات التي جذبت انتباه التلاميذ للحملات الإعلامية لمديرية الأمن بمدينة الأغواط.

• توضيح الأساليب الإقناعية التي يفضلها التلاميذ في هذه الحملات.

• كشف أثر حملات مديرية الأمن بمدينة الأغواط على تلاميذ الثانوي.

5- أهمية الدراسة:

تبرز أهمية دراستنا في تسليط الضوء على أهمية الحملات الإعلامية في نشر الثقافة الأمنية لدى تلاميذ الثانويات وأهم المواضيع التي تعالجها هذه الحملات والأساليب والوسائل المتبعة ومعرفة مدى نجاعتها وقوة تأثيرها في نشر الوعي من عدمه وكذلك لمعرفة نقائص هذه الحملات وطرق معالجتها.

6- نوع الدراسة ومنهجها:

تتوقف إجراءات الدراسة سواء في جمع البيانات أو تحليلها أو استخلاص النتائج على موضوع البحث وطبيعته ونوعه.

ولما كانت دراستنا تتمحور حول معرفة "أثر الحملات الإعلامية في نشر الثقافة الأمنية لدى تلاميذ الثانوي"، كانت الدراسة الوصفية أنسب أنواع الدراسات لموضوعنا هذا خاصة وأنها تمثل الأسلوب الأكثر قابلية للاستخدام لدراسة بعض المشكلات والظواهر التي تتصل بالإنسان ومواقفه وأراءه ووجهات نظره في علاقته بالحملات الإعلامية والثقافة الأمنية.

- منهج الدراسة:

يعد المنهج العمود الفقري لأي بحث علمي فهو عبارة عن "جملة من الخطوات المنظمة التي يجب على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة"<sup>1</sup>.

ونظراً للدقة المطلوبة في البحث العلمي كان لزاماً تقديم المنهج الذي تستخدمه هذه الدراسة قصد الوصول إلى نتائج تجيب عن الإشكالية المطروحة والمتمحورة حول: "ما هو أثر حملات مديرية الأمن في نشر الثقافة الأمنية لدى تلاميذ الثانوي"، ولعل أنسب منهج لدراسة هذه هو المنهج الوصفي والذي يعتبر من أبرز المناهج العلمية المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة الوصفية منها، كما يعرف أنه "أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - أحمد بن سالم. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005، ص 283.

<sup>2</sup> - محمد عبيدات وآخرون. منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، ط2، الأردن، 1999، ص 46.

7- مجتمع الدراسة وعينته:

ويقصد بمجتمع البحث جميع المفردات أو الأشياء التي نود معرفة حقائق معينة عنها، ويتمثل مجتمع دراستنا في تلاميذ الثانويات المنتشرة عبر مدينة الأغواط التي يبلغ عددها 15 ثانوية، والعدد الإجمالي للتلاميذ في هذه الثانويات هو 8262 تلميذ.<sup>1</sup>

- عينة الدراسة:

حيث موضوع هذه الدراسة المسماة بـ "أثر حملات مديرية الأمن في نشر الثقافة الأمنية لدى تلاميذ الثانوي"، ولاستحالة إجراء الدراسة الميدانية على كل تلاميذ الثانويات نظراً لكبر حجم مجتمع البحث لذا سيكون من الضروري تحديد عينة مناسبة تخدم هذه الدراسة.

وقد اعتمدنا في ذلك على العينات المتعددة المراحل، قد يتطلب اختيار العينة بأي من الطرق السابقة من بين كافة وحدات المجتمع إلى مجهودات بشرية ونفقات واستعدادات يصعب على الباحث توفيرها تحت بعض الظروف الخاصة، سيما إذا كان المجتمع متشعباً وواسعاً، وكانت وحداته متفرقة ويصعب الإلمام بها. ولهذا يضطر الباحث أمام كل العوائق السابقة إلى قصر دراسته على حالات قليلة من المجتمع بحيث تكون مجتمعة ويسهل الوصول إليها. وحتى يكون الاختيار في هذه الحالة فيه نوع من الدقة نقسم المجتمع الأصلي إلى عدة مجموعات، ثم نختار إحداها بالطريقة العشوائية. وبعد أن يتم اختيار أحد هذه المجموعات نقوم بتقسيمها إلى وحدات أصغر منها ونختار واحدة منها بنفس الطريقة السابقة، ونستمر في عملية التقسيم والاختيار هذه حتى نصل إلى مجموعة تتفق في حجمها وظروفها المختلفة مع الإمكانيات المتوفرة لدى الباحث للقيام بدراسته. ويطلق على هذه العينات عادة اسم (متعددة المراحل) لأن عملية اختيارها يتم على دفعات أو مراحل بدلاً من مرحلة واحدة، كما في حالة العينات الأخرى.. ولكن هذه العينات، بالرغم من كل ذلك، تتميز بما يلي:

1- أن متطلباتها من النواحي الإدارية والمادية والفنية قليلة جداً إذا قيست بمتطلبات العينات من الأنواع الأخرى.

<sup>1</sup> - مديرية التربية لولاية الأغواط

2- لا نحتاج عند اختيار هذه العينات إلى عمل إطار كامل لكافة وحدات المجتمع وإنما فقط للوحدات أو الأقسام التي تدخل فعلا في العينة.<sup>1</sup>

ونظرا لكبر مجتمع بحثنا اخترنا قصدنا ثلاث ثانوية وهما ثانوية حمدي قدور وثانوية الإمام الغزالي وثانوية عمر دهينة بمدينة الأغواط ولذلك للأسباب التالية:

- من أقدم الثانويات بمدينة الأغواط.

- يمثلنا أكبر عدد تلاميذ من بين جميع الثانويات.

- جميع التخصصات موجودة في هذه الثانويات.

حيث أن ثانوية الإمام الغزالي تحتوي على 831 تلميذ، وثانوية عمر دهينة تحتوي على 515 تلميذ، وثانوية حمدي قدور تحتوي على 476 تلميذ، لذلك قررنا أن نأخذ من كل ثانوية 10% من عددها الإجمالي وعلى هذا الأساس يكون الاختيار عشوائيا.

عدد التلاميذ	الثانويات
831 تلميذ	ثانوية الإمام الغزالي
515 تلميذ	ثانوية عمر دهينة
476 تلميذ	ثانوية حمدي قدور

المصدر: من مدراء الثانويات

العينة المأخوذة من كل ثانوية 10%:

العينة	عدد التلاميذ	الثانويات
83 مفردة	831 تلميذ	ثانوية الإمام الغزالي
51 مفردة	515 تلميذ	ثانوية عمر دهينة
47 مفردة	476 تلميذ	ثانوية حمدي قدور

<sup>1</sup> - ربحي مصطفى عليان. البحث العلمي: أسسه مناهجه وأساليبه إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، ط1، الأردن، د.س، ص170-171.

8- أدوات جمع البيانات:

إن نجاح أي بحث علمي يرتبط بمدى فعالية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات اللازمة والمتعلقة بموضوع البحث، وقد اعتمدنا في دراستنا على أداة الاستمارة الإستبائية.

استمارة الاستبيان:

هي وسيلة للحصول على إجابات عدد من الأسئلة المكتوبة في نموذج أعد لهذا الغرض ويقوم المجيب بملئه بنفسه.<sup>1</sup>

وتعرف أيضا على أنها: "وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد ويسمى الشخص الذي يقوم بإملاء الاستمارة بالمستجيب".

"أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها".<sup>2</sup>

وتم اعتمادنا على ثلاث محاور جاءت على النحو التالي:

- المحور الأول: البيانات الشخصية.
- المحور الثاني: الثقافة الأمنية لدى التلاميذ.
- المحور الثالث: تأثير رسائل الحملات الإعلامية لمديرية الأمن على التلاميذ

<sup>1</sup>- عصام حسن الدليمي، علي عبد الرحيم صالح. البحث العلمي أسسه ومناهجه، دار الرضوان للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014، ص91.

<sup>2</sup>- ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم. مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2000، ص82.

9- مصطلحات ومفاهيم الدراسة:

1- الأثر:

أ- لغة: أثر: فعل، أثر: يَأْثُر، أثر المجرم: تبع أثره  
أثر الحديث: نقله ورواه عن غيره.<sup>1</sup>

ب- اصطلاحاً:

الأثر: له ثلاث معان: الأول: بمعنى النتيجة، وهو الحاص من الشيء، والثاني: بمعنى العلامة، والثالث: بمعنى الجزء.<sup>2</sup>

ج- التعريف الإجرائي:

هو استجابة تلاميذ الثانوي إلى مضمون الحملات الإعلامية من أجل تغيير سلوكياتهم وتعديلها وزرع الثقافة الأمنية في وسطهم.

2- الحملات الإعلامية:

الحملة:

أ- لغة

حملات: جمع حملة

مصدر: ما يحمل دفعة واحدة.<sup>3</sup>

ب- اصطلاحاً:

تعرف الحملة الإعلامية على أنها: تلك الجهود المنظمة التي يقوم بها المختصون في العمل الإعلامي بوسائله المختلفة بهدف تحقيق غاية معينة أو مجموعة من الغايات والأهداف المحددة سلفاً، تخاطب فئة معينة بلغتها التي تعرفها ومن خلال أطر ثقافية تعيش من خلالها

<sup>1</sup> - فواد إفرام البستاني، منجد الطلاب، دار المشرق، ط11، لبنان، 1971، ص4.

<sup>2</sup> - أحمد الأمين مخلوفي. أثر مشاهدة القنوات الفضائية على الاتصال الأسري: أسر طلبة جامعة الأغواط نموذجاً، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عمار تليجي الاغواط، الجزائر، 2016/2015، ص16.

<sup>3</sup> - فواد إفرام البستاني، مرجع نفسه، ص141.

وذلك لفترة زمنية محددة، كما تعتمد على تحديد الجمهور المستهدف تحديداً دقيقاً واختيار الوسائل الإعلامية التي تتناسب معه".<sup>1</sup>

ويقول الدكتور كرم شلبي إن مفهوم الحملة هو: "الجهود المكثفة والمستمرة لفترة من الوقت للنشر المستمر، وبكافة الأساليب والوسائل لطرح ومناقشة ومتابعة موضوع معين، أو الجهود المستمرة لتحقيق هدف ما، ويمكن أن تكون الحملة مع شيء أو ضد شيء معين".<sup>2</sup>

### ج- التعريف الإجرائي:

هي مجمل الجهود المنظمة والنشاطات الاتصالية سواء المكتوبة والسمعية والبصرية التي تقوم بها مديرية الأمن بولاية الأغواط، والتي تهدف إلى تقديم معارف ومعلومات لفائدة تلاميذ الثانوي.

### 3- الثقافة الأمنية:

نعرف أولاً الثقافة

أ- لغة: مصدر الحذق، حسن التهذيب. تقويم القوى العقلية على طريقة متوازية. تهذيب الشخصية الإنسانية والسير بها إلى أقصى درجات الكمال الممكن.<sup>3</sup>

### ب- اصطلاحاً:

يعرفها تايلور على أنها: "ذلك الكل المعقد الذي يشتمل على المعرفة والعقيدة والفن والأخلاق والقانون والعادات والقدرات الأخرى التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع".

يعرفها كوفيرون بأنها: "تشتمل على القيم المادية واللامادية التي يخلقها الإنسان في سياق التطور الاجتماعي وتجربته التاريخية وتعبر عن مستوى التقدم التكنولوجي والإنتاج الفكري والمادي الذي وصل إليها المجتمع أثناء نموه".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - صابر سليمان عسران. تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلامية (مجلة الفن الإذاعي)، العدد 179، اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، يوليو 2005، ص 31.

<sup>2</sup> - علي، كنعان. إدارة الحملات الإعلامية، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2014، ص14.

<sup>3</sup> - فؤاد إفرام البستاني، المرجع السابق، ص64.

ج-الثقافة الأمنية:

" هي اتجاه يعكس تصور الفرد لأهمية سيادة الأمن على المواقف الاجتماعية والظروف المحيطة به في المجتمع".

وتعرف الثقافة الأمنية كذلك بأنها عبارة عن معارف وإجراءات تنظيمية صادرة من الأجهزة المسؤولة عن الأمن والتي تطبق من أجل المحافظة على الإنسان وما يتعلق به من ممتلكات وما يحيط به من بيئة.

وتعرف أيضاً بأنها عبارة عن مواد وبرامج تهدف إلى تبصير الناس بواجبها نحو إجراءات التأمين والحماية اللازمة للأرواح والممتلكات حتى لا تكون فريسة سهلة أمام ذوي النشاط الإجرامي ما يساعد على الوقاية من الجريمة والانحراف.<sup>2</sup>

د- التعريف الإجرائي:

هي عبارة عن الوعي المكتسب من التلاميذ جراء تعرضهم للحملات التوعوية الأمنية وكيفية تطبيقهم لما جاء فيها.

<sup>1</sup> - هاجر قوجيل. أثر ثقافة المنظمة على الانتماء التنظيمي: دراسة ميدانية بالمؤسسة الاقتصادية عمر بن عمر قالمة،

مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8ماي 1945 قالمة، الجزائر، 2016/2015، ص10.

<sup>2</sup> - ممدوح خليفة السبيلة. تصور استراتيجي لنشر الثقافة الأمنية، مذكرة ماجستير، في العلوم الاستراتيجية، تخصص الأمن الإنساني (جامعة نايف العربية للعلوم الإنسانية، كلية العلوم الاستراتيجية، قسم الأمن الإنساني)، 2015، ص7.

**10- حدود الدراسة:**

**أ- الحدود المكانية:**

تم حصر حدود الدراسة المكانية في ولاية الأغواط حيث أجريت على مستوى ثانويات الولاية وهذا راجع لطبيعة الدراسة التي تشمل تلاميذ الثانويات وذلك من خلال معرفة اثر الحملات الإعلامية لمديرية الأمن في نشر الثقافة الأمنية.

**ب- الحدود الزمانية:**

انطلقنا في إنجاز هذه الدراسة من شهر نوفمبر 2019 إلى غاية شهر ماي 2020 حيث تم في هذه الفترة جمع المعلومات والبيانات الخاصة بالدراسة وإعداد الجانب المنهجي للدراسة، ومن ثم الجانب النظري وبعدها إعداد الجانب التطبيقي والذي اشتمل على عدة مراحل منها توزيع الاستبيانات ثم استرجاعها ثم تفريغها ثم تحليلها وتفسير النتائج.

**ج- الحدود البشرية:**

وتمثلت في عينة من تلاميذ ثانويات مدينة الأغواط المنتمين إلى ثانوية الإمام الغزالي وثانوية عمر دهيبة وثانوية حمدي قدور، الذين أجرينا عليهم دراستنا والذي يمثلون عينة من المجتمع.

### 11- الدراسات السابقة:

إن الهدف من تناولنا للدراسات السابقة التي تطرقت لموضوعنا من نواحي مختلفة ما كان إلا بقصد الاطلاع على الأعمال والبحوث العلمية الواسعة التي أجريت على نفس الميدان وذلك بدراسة عميقة في استخلاص النتائج المتوصل إليها بغرض الاستفادة العامة.

وفيما يلي سنذكر مجموعة من الدراسات التي اعتمدنا عليها:

#### - الدراسة الأولى:

قامت عبد الجبار وهيبة و سي يحي مامة. بدراسة حول: الحملات الإعلامية التوعوية حول ظاهرة الإرهاب في الوطن العربي: تحليل سيميوسياقي لمجموعة من الحملات "قناة mbc" نموذجا.<sup>1</sup> مذكرة ماستر تمحورت إشكالية الدراسة حول: ماهي القيم الاتصالية المبتة في الحملات الإعلامية التوعوية حول ظاهرة الإرهاب في الوطن العربي عبر قناة mbc؟ أين اعتمدت على المنهج الوصفي، حيث كان حجم العينة أربع حملات توعوية وتوصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها:

تعتبر الحملات الإعلامية التوعوية حول ظاهرة الإرهاب في الوطن العربي من أهم الحملات التي تستقطب المشاهد العربي، وتمحورت جميع هذه الحملات في فكرة واحدة والتي تتجسد في " توعية المجتمعات العربية بخطورة هذه الظاهرة وتبرئة الدين الإسلامي من الأعمال الإجرامية للإرهاب"، وتحمل هذه الحملات شعار " الإرهاب، أنا مسلم أنا ضده"

<sup>1</sup> عبد الجبار وهيبة، سي يحي مامة. الحملات الإعلامية التوعوية حول ظاهرة الإرهاب في الوطن العربي: تحليل سيميوسياقي لمجموعة من الحملات قناة mbc نموذجا، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، 2010/2011.

### - الدراسة الثانية:

قام بوكرموش عيسى. بدراسة حول: إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية: دراسة وصفية لاستراتيجية التوعية المرورية ولاية غرداية نموذجا.<sup>1</sup> رسالة ماجستير، تمحورت إشكالية الدراسة حول: كيف ينسق المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق جهوده الاتصالية في إدارته للأمن المروري بولاية غرداية؟ أين اعتمد على المنهج المسح الوصفي، مستعملا أدوات البحث متمثلة في المقابلة والملاحظة حيث كان حجم العينة أطراف التوعية لولاية غرداية وتوصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها:

غياب تفعيل حقيقي لقانون المرور الساري وقتئذ وهو قانون المرور لسنة 2001 الى غاية صدور الأمر رقم 03-09 في جويلية 2009 المعدل والمتمم لقانون 01-14 المؤرخ في أوت 2001، مما لم يفي بالردع اللازم لأصحاب المخالفات المرورية الناتجة عن عدم احترام قوانين المرور، وبتفعيل قانون المرور والشروع في تطبيقه بداية فيفري 2010، بدأت حوادث المرور بالانخفاض، وبالرغم أن الإحصائيات تشير إلى ارتفاع عدد القتلى في تلك السنة في ولاية غرداية، إلا تحليل الحوادث أشار إلى أن ارتفاع عدد القتلى كان راجعا إلى وقوع حادثين مأساويين منفصلين زمنيا لحاقتين وقعا في نفس المنطقة تقريبا (نقطة سوداء على مستوى طريقة المنيعية) أوديا بحياة 30 شخصا أي بمعدل 35% من مجموع القتلى في تلك السنة بمعنى أن هذين الحادثين شكلا استثناء في تلك السنة.

<sup>1</sup> - عيسى بوكرموش. إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية: دراسة وصفية لاستراتيجية التوعية المرورية ولاية غرداية نموذجا، رسالة ماجستير، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012/2013.

### - الدراسة الثالثة:

قامت صابر لامية. بدراسة حول: الحملات الإعلانية في باقة mbc ودورها في التوعية الدينية للشباب: دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف.<sup>1</sup> رسالة ماجستير، تمحورت إشكالية الدراسة حول: ما دور الحملات الإعلانية الدينية التي تبثها باقة mbc في التوعية الدينية لشباب ولاية سطيف؟ أين اعتمدت على المنهج الوصفي، مستعملا أدوات البحث متمثلة في الاستمارة الاستبائية حيث كان حجم العينة 292 مفردة من الشباب الجامعي وغير الجامعي وتوصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها:

إن باقة mbc لها حضور قوي بين مشاهدة القنوات العربية، كما تحتل mbc1 المرتبة الأولى في المشاهدة بالنظر إلى تنوعها من جهة، وإلى توجهها إلى كل الفئات. وبالنظر إلى أسلوبها المتميز في الإنتاج بامتلاكها لرؤوس الأموال الضخمة وللتقنيات التكنولوجية العالية.

### - الدراسة الرابعة:

قامت دربال كريمة. بدراسة حول: دور الحملات الإعلامية التوعوية في نشر ثقافة الكشف المبكر عن سرطان الثدي.<sup>2</sup> مذكرة ماستر، تمحورت إشكالية الدراسة حول: ما دور الحملات الإعلامية التوعوية في نشر ثقافة الكشف المبكر عن سرطان الثدي؟ أين اعتمدت على المنهج الوصفي، مستعملا أدوات البحث متمثلة في الاستمارة الاستبائية حيث كان حجم العينة 60 مفردة من النساء بمدينة سعيدة وتوصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها:

<sup>1</sup> لامية صابر. الحملات الإعلانية في باقة mbc ودورها في التوعية الدينية للشباب: دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2010/2009.

<sup>2</sup> دربال كريمة. دور الحملات الإعلامية التوعوية في نشر ثقافة الكشف المبكر عن سرطان الثدي، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة، الجزائر، 2018/2017.

يتضح من تحليل النتائج أن من وسائل الإعلام الأكثر تداولاً لدى أفراد عينة الدراسة (المرأة) والأكثر تعرضاً لها هي الانترنت. وتوضح نسبة 56% من أفراد عينة الدراسة تعرضها لوسائل الإعلام يوميا. إن من أكثر أسباب ودوافع تعرض المرأة لوسائل الإعلام هي متابعة المواضيع الصحية والقضايا الاجتماعية.

### - الدراسة الخامسة:

قامت بشكات نادية وبوعبد الله سعدية. بدراسة حول: دور الحملات الإعلامية التوعوية للحد من حوادث المرور: دراسة حالة لأمن ولاية غليزان.<sup>1</sup> مذكرة ماستر، تمحورت إشكالية الدراسة حول: كيف تساهم الحملات الإعلامية التوعوية في الحد من حوادث المرور؟ أين اعتمدت على المنهج الوظيفي، مستعملا أدوات البحث متمثلة في المقابلة وتوصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها:

من خلال تحليل إحصائيات نستنتج أن الفئة الأكثر عرضة لحوادث المرور هم الشباب وذلك يعود إما للثقة الزائدة في النفس أو حب المغامرة وكذلك محاولة السيطرة على الطريق بالتجاوز الخطير بهدف إثبات الذات. القيام بنشاطات توعوية داخل المؤسسات التربوية لترسيخ الثقافة المرورية لجميع فئات المجتمع من أطفال إلى البالغين.

### - الدراسة السادسة:

قامت سلامة أمينة. بدراسة حول: الثقافة الأمنية ودورها في التقليل من حوادث العمل داخل المؤسسة الصناعية: مؤسسة صناعة الكوابل بسكرة نموذجا.<sup>2</sup> أطروحة دكتوراه، تمحورت

<sup>1</sup> - بشكات نادية، بوعبد الله سعدية. دور الحملات الإعلامية التوعوية للحد من حوادث المرور: دراسة حالة لأمن ولاية

غليزان، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، 2018/2019.

<sup>2</sup> - سلامة أمينة. الثقافة الأمنية ودورها في التقليل من حوادث العمل داخل المؤسسة الصناعية: مؤسسة صناعة الكوابل

بسكرة نموذجا، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2017/2018.

إشكالية الدراسة حول: ما الدور الذي تلعبه الثقافة الأمنية في التقليل من حوادث العمل داخل المؤسسة الصناعية؟ أين اعتمدت على المنهج الوصفي، مستعملا أدوات البحث متمثلة في الاستمارة الاستبائية حيث كان حجم العينة 166 مفردة من العاملين قسمت إلى 31 إطار و29 عون تحكم و106 عون تنفيذ، وتوصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها:

من خلال ما سبق وبعد تفريغ البيانات والنتائج المتحصل عليها، جاءت هذه الدراسة لتقف على الدور الذي تلعبه الثقافة الأمنية في التقليل من حوادث العمل، بمؤسسة صناعة الكوابل بسكرة . فإنه تم الإجابة على كل التساؤلات التي تؤكد ذلك، ما يدل على أن التساؤل العام الذي بنيت عليه هذه الدراسة قد تحقق. وبالتالي قد اتضح أن للثقافة الأمنية دور ايجابي وفعال في نشر الوعي الوقائي والأمني، الذي قد يؤدي حتما إلى تفادي الأخطار المهنية، وعليه تتضح الأهمية الكبرى للثقافة الأمنية كمصطلح حديث النشأة. في تفعيل أنشطة المؤسسة الصناعية الجزائرية. وذلك عن طريق دعم المتغير وإرساخه في ذهنية العمال واعتباره بديهية لكل عامل داخل المؤسسة، بالإضافة إلى ترسيخ القيم الأمنية أيضا على هؤلاء العمال.

### - الدراسة السابعة:

قامت مسلم نسرین. بدراسة حول: الإعلام الأمني ودوره في نشر الوعي الثقافي بين أعوان الشرطة: دراسة تحليلية لمجلة الشرطة الجزائرية.<sup>1</sup> مذكرة ماستر، تمحورت إشكالية الدراسة حول: كيف يتجلى دور الإعلام الأمني في نشر الوعي الثقافي بين أعوان الشرطة؟ أين اعتمدت على المنهج الوصفي، مستعملا أدوات البحث متمثلة في أداة تحليل المضمون حيث كان حجم العينة مقالات متنوعة من مجلة الشرطة الجزائرية وتوصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها:

<sup>1</sup> - مسلم نسرین. الإعلام الأمني ودوره في نشر الوعي الثقافي بين أعوان الشرطة: دراسة تحليلية لمجلة الشرطة الجزائرية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة، الجزائر، 2016/2015.

يساهم الإعلام الأمني في تطوير وعصرنة قطاع الشرطة وذلك من خلال النشر الصادق لجميع المعلومات والحقائق الصادرة عن الجهاز الأمني والتي تبت عبر وسائل الإعلام المختلفة لتصل إلى كافة شرائح المجتمع. للإعلام الأمني أهمية بالغة ودور فعال وحتى حركة نشطة في نشر الوعي الثقافي بين أعوان الشرطة والذي يهدف بدوره إلى البناء والتقدم.

### - الدراسة الثامنة:

قام ممدوح خليفة السبيبة. بدراسة حول: تصور إستراتيجي لنشر الثقافة الأمنية في المجتمع السعودي: دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة والإعلام بشرطة الحدود الشمالية.<sup>1</sup> رسالة ماجستير، تمحورت إشكالية الدراسة حول: ما التصور الاستراتيجي لنشر الثقافة الأمنية في المجتمع السعودي؟ أين اعتمد على المنهج الوصفي، مستعملاً أدوات البحث متمثلة في الاستمارة الاستبائية وتوصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها:

ضعف التنسيق مع وزارة التعليم فيما يتعلق بتضمين المناهج التعليمية بعضاً من الثقافة الأمنية. عدم كفاية الدورات التدريبية للكوادر الإعلامية المتخصصة في مجال الإعلام الأمني. لعبت إدارة العلاقات العامة والإعلام دوراً فاعلاً للتعريف بالتطور الحادث بأجهزة الأمن العام وسعيها لملاحقة التقدم العلمي والتكنولوجي والدراسات والمؤتمرات والندوات العلمية التي تعقدتها.

<sup>1</sup> ممدوح خليفة السبيبة. تصور إستراتيجي لنشر الثقافة الأمنية في المجتمع السعودي: دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة والإعلام بشرطة الحدود الشمالية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإستراتيجية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2015.

### -الدراسة التاسعة:

قام نور الدين بن مشرنن. بدراسة حول: الثقافة الأمنية بين التقاليد الشعبية والتحديات التربوية المعاصرة: دراسة تربوية اجتماعية انثربولوجية.<sup>1</sup> أطروحة دكتوراه، تمحورت إشكالية الدراسة حول: ماهو دور الثقافة الأمنية في تنظيم المجتمعات؟ ما المدى الذي بلغته الثقافة الأمنية في الجزائر من الاستقلال إلى الآن؟ ما هي نتائج تطور الثقافة الأمنية في الجزائر؟ توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها:

-إن معالجة موضوع الأمن بشموليته يستوجب مساهمة اختصاصات مختلفة حيث الكل يتناول القطاع الخاص به بغية دراسته تقييميه مع وضع الخطة اللازمة لتجهيزه.

-تأمين الأمن يتطلب غرس الدعائم والأسس التي تستند إليها الثقافة الأمنية والتي لا يمكن التركيز على إحداها دون الأخرى وإلا اختل التوازن القائم بين مختلف وحداتها.

-كشف البحث عن ضرورة تبني هذه الموضوعات في البحوث والدراسات العلمية في مراكز البحث وفي الجامعات ورسم سياسة محكمة تعيد الباحثين إليها مع توفير ظروف البحث المادية والمعنوية.

<sup>1</sup> - نور الدين بن مشرنن. الثقافة الأمنية بين التقاليد الشعبية والتحديات التربوية المعاصرة: دراسة تربوية اجتماعية انثربولوجية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2014/2015.

### -أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تمثلت استفادتنا من الدراسات السابقة في الجانب المنهجي في معرفة نوع الدراسة والمنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات والتعرف على بعض المصادر والمراجع في المنهجية ، كما استفدنا من هذه الدراسات السابقة في تحديد الأسس العامة التي انطلقنا منها في الجانب النظري والتعرف على بعض المصادر والمراجع وتحديد المفاهيم والمصطلحات، أما الجانب التطبيقي استفدنا كيفية استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة وكيفية قراءة وتفسير الجداول.

### 12- صعوبات الدراسة:

من بين الصعوبات التي تعرضنا لها في هذا العمل هي:

- قلة وندرة المراجع.
- ندرة وجود الدراسات السابقة التي نتكلم عن الثقافة الأمنية في جامعتنا وحتى على شبكة الأنترنت.
- توقف الدراسة جراء جائحة كورونا.
- الحالة النفسية التي نمر بها جراء جائحة كورونا.
- الجانب المالي وعدم توفر محلات الطباعة جراء جائحة كورونا.

# الإطار النظري

# الفصل الأول

تمهيد

المبحث الأول: ماهية الحملات الإعلامية

المطلب الأول: الخلفية التاريخية للحملات الإعلامية والهيئات الراعية لهذه الحملات

المطلب الثاني: مفهوم الحملات الإعلامية

المطلب الثالث: أنواع الحملات الإعلامية

المطلب الرابع: أهمية وأهداف الحملات الإعلامية

المبحث الثاني: عوامل والخطوات التنفيذية للحملات الإعلامية

المطلب الأول: عوامل نجاح الحملات الإعلامية

المطلب الثاني: مبادئ هامة للحملات الإعلامية

المطلب الثالث: الخطوات التنفيذية للحملات الإعلامية

المطلب الرابع: نماذج بعض الحملات الإعلامية في الجزائر

خلاصة الفصل

تمهيد:

تعتبر الحملات الإعلامية من أهم وسائل الاتصال الجماهيري لما لها من دور فعال يساهم في تنمية المجتمع بمختلف المواضيع، وتوعيته بالظواهر التي تهدد أمن واستقرار المجتمعات لذلك كان لازماً على الحملات الإعلامية معالجتها ومعرفة أسبابها ونتائجها، فالحملة هي عبارة عن جملة من النشاطات الاتصالية التي تهدف إلى تقديم معارف ومعلومات أو الترويج لأفكار معينة وذلك لإحداث تغيير في اتجاهات وسلوكيات الأفراد وإقناعهم بقبول فكرة أو سلوك معين، من أجل تحقيق الصالح العام ويكون لها مجموعة من الأهداف وكذلك وقت وجمهور محدد.

وتطرقنا في هذا الفصل إلى مبحثين، المبحث الأول كان بعنوان ماهية الحملات الإعلامية وجاء فيه خمسة مطالب وتطرقنا فيه إلى نشأة الحملات الإعلامية ومفهوم الحملات الإعلامية من عدة جوانب، ثم إلى أنواع الحملات الإعلامية، وأهمية وأهداف الحملات الإعلامية. أما المبحث الثاني كان بعنوان عوامل وخطوات التنفيذية للحملات الإعلامية وجاء فيه أربع مطالب وتطرقنا فيه إلى عوامل نجاح الحملات الإعلامية، وأهم مبادئ الحملات الإعلامية، والخطوات الرئيسية للحملات الإعلامية، وفي الأخير نماذج عن بعض الحملات الإعلامية في الجزائر.

المبحث الأول: ماهية الحملات الإعلامية

المطلب الأول: الخلفية التاريخية للحملات الإعلامية والهيئات الراعية لهذه الحملات

إن تحديد تاريخ الحملات الإعلامية أمرا ليس بالسهل فهناك الكثير من الآراء حول البدايات التي استخدمت فيها الحملات الإعلامية فمنهم من يعتقد أن البداية كانت أبان العصر الروماني عندما استخدم الامبراطور أغسطس الدورية التي كانت تسمى "الأحداث اليومية" في نشر حملة لمناهضة نزعة الانتحار التي انتشرت آنذاك في عهده، واطمحلال الأخلاق والتدهور الذي أصاب الحياة العامة.

وآخرين يجدون انطلاق الحملات الإعلامية بدأ بعد تطور فن التحرير الصحفي حيث يوعز بعض الباحثين إلى أن أول الحملات الصحفية في العصر الحديث على شكل سلسلة مقالات هي التي ظهرت سنة 1799 في الوقت الذي ظهرت فيه الصحافة العالمية المطبوعة.<sup>1</sup>

حيث أن التسويق الاجتماعي هو الوجه الآخر للتسويق التجاري الذي يهدف إلى أحداث تغيير أو تعديل في الآراء والاتجاهات وسلوكيات الأفراد وترويج أفكار أو تعديل اتجاهات أفراد المجتمع لمصلحة الأفراد من جهة والمجتمع من جهة أخرى وذلك لتحقيق الصالح العام عن طريق اعداد الحملات الإعلامية الهادفة والمؤثرة والناجحة وتنفيذها.

أن تنفيذ حملات اجتماعية تسويقية ناجحة اكثرا ليس سهلا، اذ ينظر الأفراد لمثل هذه الحملات على أنها تتدخل في إطار حياتهم وحريرتهم الشخصية خاصة إذا كانت الحملة تهدف إلى تغيير اتجاهاتهم أو سلوكياتهم لذلك فإن هؤلاء قد لا ينظرون بإيجابية لمثل هذه الحملات الإعلامية أو "حملات التسويق الاجتماعي" وعليه فإن تكوين الاتجاهات والقيم الاجتماعية الإيجابية تتبلور في وضع مقاييس أخلاقية وسلوكية تكون بمثابة دستور اجتماعي في التعامل بين الانسان والقضايا الاجتماعية المختلفة والتي تحتاج إلى الكثير من الجهد والوقت والمال والتي يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار.

<sup>1</sup> - عامر محسن سلمان العامري. الحملات الإعلامية (المستنصرية نموذجا)، د.س، ص4.

فالتسويق لا يعني بالسلع فقط، وإنما امتد ليشمل الخدمات والأفكار والقيم الاجتماعية والتي تعني بالسلوك الاجتماعي وكما ذكرا كلا **Kotler & Zaltman** أن التسويق الاجتماعي هو (تصميم وتنفيذ ومتابعة البرامج المعدة لزيادة قبول الفكرة الاجتماعية وممارستها داخل الجماعة المستهدفة، والذي يستخدم نفس المفاهيم التسويقية المرتبطة بالفكرة كمنتج من حيث التخطيط له، والترويج وبحوث الجماهير والاتصال وذلك بهدف زيادة معدلات استجابة الجماهير المستهدفة.

إن التسويق الاجتماعي ينطوي على استخدام مبادئ ومهارات علم التسويق وكذلك كافة أساليب الإبداع والإبهار الإعلاني لترويج أفكار أو سلوكيات أو قيم اجتماعية مفيدة للمجتمع وقد بدأ مفهوم التسويق الاجتماعي منذ أكثر من ثلاثين عاما عندما استندت الفلسفة التجارية على ان الغرض الفعلي للعمل التجاري هو ابتكار مستهلك يشعر بالرضا والاشباع لرغباته وحاجاته.

ولقد ظهرت في أواخر القرن العشرين إعلانات الخدمة العامة " **Puplic Service Advertising** " التي تستهدف مساعدة الأفراد الذين يعانون من أمراض معينة او مشكلات مثل الإدمان وغيره وأيضا تستهدف المجتمع بمؤسساته المختلفة والتي تعمل على مساعدة الآخرين بالوقت والجهد والمال. وهي إحدى مجالات التسويق الاجتماعي " **Social Marketing** " وهي تسعى إلى نشر الأفكار والمفاهيم والسلوكيات الاجتماعية الصحيحة، التي تؤدي إلى تكوين الاتجاهات الإيجابية وزيادة القاعدة المعرفية لدى الجمهور وبما يحقق الارتقاء بسمات الجمهور وخصائصه وتحقيق جودة الحياة وبما يخدم التنمية الاجتماعية وقضايا المجتمع.<sup>1</sup>

ويرجع الاهتمام بالتسويق الاجتماعي أيضا إلى أنه من أساسيات التغيير الاجتماعي التي تشمل الكثير من المواقف الاجتماعية التي تتطلب التغيير لسلوك الأفراد لصالح المجتمع

<sup>1</sup> - فؤادة عبد المنعم البكري. التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية، عالم الكنب، ط1، مصر، 2007، ص8.

وإقناع الأفراد بالمشاركة واستخدام التسويق الاجتماعي كمنهج ومصطلح بعد أن تم نشر العديد من الكتب التي تحوي فصولها الحديث، عن التسويق الاجتماعي، وصدور دوريات تنافس موضوعاته مثل دورية **Social Marketing Quarterly** سنة 1994 وإقامة المؤتمرات العلمية حوله إلى جانب تأسيس معهد للتسويق الاجتماعي 1999، واستخدام الأمم المتحدة له في حملاتها الصحية لمحاربة الإيدز وأيضاً استخدام البنك الدولي للتسويق الاجتماعي في برامج التعليم عن بعد، وكذلك وزارة الزراعة ومراكز مكافحة الأمراض الأمريكية التي استخدمت التسويق الاجتماعي في تحقيق برامجها على جانب استخدام وكالات العلاقات العامة ووكالات الإعلان التسويق الاجتماعي لتنفيذ برامجها، مما أدى إلى ظهور تخصصات علمية في مجال التسويق الاجتماعي.<sup>1</sup>

وفي الدول النامية بدأ الاهتمام بتقنيات التسويق في الحملات الإعلامية في السبعينيات حيث نشأ من فروع المعرفة الخاصة بالتسويق والذي يؤكد على البحث قبل وبعد الحملة، مثله مثل تقنيات التسويق التقليدية (المنتج - السعر - التوزيع - الترويج والاعلان).  
لقد تبين فيما بعد أن هدف التسويق الاجتماعي هو السعي إلى تحقيق أمرين رئيسيين هما:

- 1- تغيير عادات وسلوكيات غير صحيحة ونشر سلوكيات أخرى سليمة.
- 2- والاتجاه الثاني يركز على القضايا والمشكلات الاجتماعية وذلك بمساعدة الأفراد والجماعات على حل مشكلاتهم.

<sup>1</sup> - فؤادة عبد المنعم البكري. المرجع السابق، ص 8-9.

المطلب الثاني: مفهوم الحملات الإعلامية

تعد الحملات الإعلامية **Media campaigns** من النشاطات الاتصالية المهمة التي تعددت واختلفت بشأنها وجهات النظر، حول وضع مفاهيم وتعريفات محددة بشأنها، وذلك وفقا لاختلاف الوظائف التي تؤديها الحملات الإعلامية، وتعدد أهدافها التي تسعى إلى محدد للحملات الإعلامية يتفق عليه الكثير من الباحثين.

كما عرف كل من براين دي ومراثا منرو الحملات الإعلامية بأنها موضوعات مخططة ومتنوعة، ويتم تصميمها بشكل متقن، وتقوم على مجموعة من الاستراتيجيات الإعلامية المصممة بدقة كسيميونية فنية، لتحقيق أهداف معينة، كزيادة الوعي أو لتغيير السلوك وإحداث تأثيرات بعينها لدى الجمهور، خلال فترة زمنية معينة.<sup>1</sup>

وقد تعرف الحملة الإعلامية بأنها نشاطات مقصودة للتأثير في أفكار واتجاهات وسلوك الآخرين عن طريق استخدام الاستمالات الإعلامية للتأثير في الجمهور.

ويعرف سيمونز **Herbert Simons** الحملات الإعلامية بأنها محاولات منظمة للتأثير في الجماعات أو الجماهير العريضة من خلال سلسلة من الرسائل.<sup>2</sup>

ويعرف صابر سليمان عسران: "الحملة الإعلامية على أنها تلك الجهود المنظمة التي يقوم بها المختصون في العمل الإعلامي بوسائله المختلفة، بهدف تحقيق غاية معينة أو مجموعة ومن الغايات والأهداف المحددة سلفا، تخاطب فئة معينة بلغتها التي تعرفها ومن خلال أطر ثقافية تعيش من خلالها وذلك لفترة زمنية محددة كما تعتمد على تحديد الجمهور المستهدف تحديد دقيقا واختيار الوسائل الإعلامية التي تتناسب معه."<sup>3</sup>

يعرف غوران هدبرو **Hidbrow** الحملة الإعلامية بأنها: النشاط المكثف الذي يمتد لفترة زمنية محددة ويتعامل مع موضوع محدد ويستخدم عادة مجموعة من الوسائل.

<sup>1</sup> - حنان أحمد سليم. الحملات الإعلامية عبر الاعلام الجديد، د.د.ن، د.ط، 2014، ص6.

<sup>2</sup> - فؤادة عبد المنعم البكري. التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية، عالم الكنب، ط1، مصر، 2007، ص62.

<sup>3</sup> - بشكات نادية، بوعبد الله سعدية. دور الحملات الإعلامية التوعوية للحد من حوادث المرور: دراسة حالة لأمن ولاية غليزان، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، 2018/2019، ص49.

ويعرف دينيس ماكويل Denis Mcquoil الحملة الإعلامية بأنها: جهود اتصالية وقتية تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة بهدف وتوجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعيا، مثل: التصويت وشراء السلع والتبرعات وتحقيق أمن أكبر وصحة أفضل وغيرها.<sup>1</sup>

الحملة الإعلامية هي نشاط اتصالي مخطط ومنظم، وخاضع للمتابعة والتقييم، تقوم به مؤسسات أو مجموعات أو أفراد، ويمتد لفترة زمنية، بهدف تحقيق أهداف معينة، باستخدام وسائل الاتصال المختلفة، وسلسلة من الرسائل الإعلامية، وباعتماد أساليب استمالة مؤثرة، بشأن موضوع محدد، يكون معه أو ضده، ويستهدف جمهورا كبيرا نسبيا.

**وزيادة في الايضاح نقدم التفسير التالي لعناصر تعريفنا:**

### **1-نشاط اتصالي:**

والمقصود بهذا إن الحملة الإعلامية هي عملية متكاملة تقوم على أساس التفاعل بين المرسل والرسالة ومتلقي في مضامين اجتماعية معينة تقوم على مشاركة المعلومات و الصور الذهنية والآراء.<sup>2</sup>

### **2-مخطط ومنظم وخاضع للمتابعة والتقييم:**

ويعني الباحث إن الحملة تتطلب إدارة من حيث وضع التصورات الخاصة بها بما يتصل بالأهداف والوسائل والجمهور المستهدف، وتحقيق التنسيق بين العوامل المتاحة بما يكفل تنفيذ خطة الحملة بكفاءة و فاعلية، مما يتطلب جهودا رقابية للتأكد من تنفيذ الخطط المقررة، ومعالجة التلكؤ والإخفاقات والانحرافات في خط سير الحملة، وبعد إنجاز الحملة يتطلب إعطاء احكام بشأن جدواها ومدى نجاحها في تحقيق أهدافها الأصلية.

### **3-تقوم به مؤسسات أو مجموعات أو أفراد:**

<sup>1</sup> - علي كنعان. إدارة الحملات الإعلامية، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2014، ص11.

<sup>2</sup> - محمود رمضان دياب. استراتيجيات الحملات الإعلامية الموجهة، مؤسسة شباب الجامعة، ط1، مصر، 2019،

يرى الباحث أن الحملة الإعلامية قد تنظمها مؤسسات كبرى، مثل (الحكومات، أو المؤسسات الإعلامية، أو الأحزاب)، أو مجموعات تسعى إلى أهداف محددة مثل مجموعة تدعو للحفاظ على البيئة، أو أفراد مثل (الحملة الاعلانية التي تقوم بها بعض النجوم للحصول على تبرعات لمرضى الايدز) ، ولكن في جميع الحالات تتم الاستعانة بوسائل الاتصال لهذا الغرض.

#### 4- ويمتد لفترة زمنية:

أي أن الحملة يجب أن تتحدد لها فترة زمنية تبدأ فيها، وتتوقف بعد انجاز أهدافها، والحملة قد تكون قصيرة الأمد أو طويلة الأمد حسب متطلبات الموقف.

#### 5- بهدف تحقيق أهداف معينة:

والمقصود هنا أن لكل حملة غايات تسعى إلى تحقيقها، وإن تحديد القائم بالحملة لهدفه له أهمية كبيرة في نجاحها.

#### 6- باستخدام وسائل الاتصال المختلفة و سلسلة من الرسائل الإعلامية:

ونعني بذلك إن القائم بالحملة يجب أن يحدد القنوات التي سيستخدمها، سواء كانت (وسائل الاتصال الشخصي أم الجماهيري) لنقل نتائج أفكاره إلى الجمهور عن موضوع الحملة.

#### 7- باعتماد أساليب استمالة مؤثرة:

ويقصد بذلك أن القائم بالحملة يجب أن يعد مضامين رسالته بأسلوب يحفز المتلقي ويجذب انتباهه ويدفعه إلى التفاعل مع رسالته و الاستجابة لها.<sup>1</sup>

#### 8- بشأن موضوع محدد:

لكل حملة إعلامية موضوع محدد تنظم على أساسه، وتعد رسالته بما يتصل به، وكلما حدد موضوع الحملة كلما تمكن القائمون بها من تغطيته من مختلف جوانبه .

<sup>1</sup> - محمود رمضان دياب. المرجع السابق، ص11.

**9- يكون معه أو ضده:**

ونقصد بذلك أن الحملة الإعلامية ليس شرطاً أن تكون مؤيدة لموضوع الذي تتناوله، فإنها قد تكون مؤيدة و مساندة له وقد تكون معارضة له، وهي في كلتا الحالتين تتبنى موقفاً وتسعى إلى دفع الجمهور لتأييده، وتحديد موقفه تبعاً لما تهدف إليه.

**10- ويستهدف جمهوراً كبيراً نسبياً:**

تتناول الحملات الإعلامية موضوعات مهمة وحيوية، تحظى باهتمام أكبر عدد من الجمهور و بذلك فهي على الدوام تكون موجهة إلى جمهور كبير نسبياً.<sup>1</sup> ومنه نلاحظ أن الحملات الإعلامية هي: "عبارة عن رسائل متسلسلة يتلقاها الجمهور أو مجموعة معينة من الأشخاص بهدف التوجيه وتغيير السلوك أو الإعلام وتكون منظمة ومخطط لها لتحقيق الأهداف المرجوة بأقصر وقت وأقل جهد.

<sup>1</sup> - محمود رمضان دياب. المرجع السابق، ص 12.

المطلب الثالث: أنواع الحملات الإعلامية

-أنواع الحملات الإعلامية:

للحملات الإعلامية عدت أنواع نذكر منها:

- أ- حملة الوعي الجماهيري: وتصمم لجعل الجمهور على معرفة بشيء ما، وهذا النوع من الحملات تتراوح معلوماته من شيء ما بسيط.
- ب- حملة إعلامية جماهيرية: وهي حملة معلومات عامة تسعى وراء معرفة الجمهور وإدراكه لحدث ما، وتزويده ببعض المعلومات العامة الحيوية.
- ج- حملة تربوية جماهيرية: وهي حملة للتعليم تذهب بخطوة إضافية خلف الوعي والمعلومات إلى التفسير ومقدرة الجمهور على تطبيق المعلومات وتحويلها إلى سلوك يومي.
- د- حملة تعديل السلوك: تحاول تغيير وتعديل الاتجاهات والسلوكيات الموجودة لدى الجمهور. وهي أكثر الحملات صعوبة وتعقيدا، حيث تستهدف تعديل السلوك. ومن أمثلتها الحملات المعاصرة حول الإيدز والمخدرات والتدخين.

والحملات الإعلامية لها تفاعلات غير فردية، حيث أن الاستجابات يشترك فيها الملايين من الناس، لذلك فالرسالة الواحدة يجب أن تتلاءم مع العديد من الناس باختلاف وتعدد خلفياتهم ومعتقداتهم وقيمهم.

وتسمح الحملات الإعلامية بالتأثير والتغيير المحتمل على الجمهور، فما تقدمه من اتصال اقناعي يعد هو الطريق الأفضل في ربط الأفكار والجمهور المستهدف معا من أجل تغيير السلوك.<sup>1</sup>

كما حدد خبراء الإعلام والحملات عدة أنواع للحملات وقد أضفت إليها من خلال الواقع الإعلامي أنواع أخرى وذلك على النحو التالي:

<sup>1</sup>- فوادة عبد المنعم البكري. مرجع سبق ذكره، ص 65.

- 1- حملات التوعية: تصمم لجعل الجمهور على معرفة بشيء ما.
- 2- الحملات المعلوماتية: هي حملة معلومات عامة تسعى وراء معرفة الجمهور وإدراكه لحدث ما، وتزويده ببعض المعلومات العامة الحيوية.
- 3- الحملات الأمنية: نوع من الحملات التي تستهدف خلق وعي أمني من المخاطر والتهديدات المختلفة لدى الجمهور (التركيز على متابعة النشاطات المشبوهة المتعلقة بالإرهاب والجريمة المنظمة).
- 4- الحملات الانتخابية: هذا النوع من الحملات دوري ويتركز قبل الانتخابات في الدول ويعمل على إيصال الرسالة السياسية للمرشح ومنهجيته القادمة بغية انتخابه.
- 5- الحملات الحرب الدعائية: تستخدم هذه الحملات في الحروب والنزاعات وتهدف المجتمعات بغية التأثير على معنوياتهم والاستسلام للطرف الآخر.
- 6- الحملات الدعاية المضادة: هذا النوع ينفذ لمعالجة حملات الدعاية المضادة التي تستهدف المجتمع وخلق حالة توازن فكري ومعلوماتي ونفسي للوقاية من الدعاية المضادة.
- 7- الحملات الإعلامية العسكرية: وهذا النوع يستخدم للردع الخارجي وزرع الثقة بالجمهور بمقدرة القوات المسلحة الوطنية من جهة وحملات التغطية الحربية من جهة أخرى.
- 8- الحملات الإعلامية الخاصة: وتقوم بها جماعات وأفراد لأهداف مختلفة.<sup>1</sup>
- 9- الحملة المحلية: وهي الحملة التي تستهدف بها منطقة أو مدينة محددة يراد منها معالجة مواضيع تهم ساكني هذه المنطقة أو المدينة.
- 10- الحملة الوطنية: وهي الحملات التي تستهدف الجمهور في عموم ذلك البلد بمدنه وقومياته وفئاته ومؤسساته تتناول معالجة مواضيع تهم أبناء البلد ككل وبكل المناطق مثل: حملة محو الأمية.

<sup>1</sup> - حنان أحمد سليم. الحملة الإعلامية عبر الاعلام الجديد، د.د.ن، د.ط، 2014، ص36.

- 11- الحملة الإقليمية:** وهي التي تهتم بمشاكل ومواضيع تعني بجمهور مجموعة دول ومحاولة توجيهها إلى مجموعة دول كالذي يحصل في الكوارث الطبيعية.
- 12- الحملة العالمية:** وتهتم هذه الحملات بالجمهور العالمي بمختلف قاراته ودوله وتعتني بالرسائل الموجه له بالشمولية يعني أنها تهتم بفئة أو دولة بل بمختلف الشعوب مثل الحملات التي تتبناها اليونيسيف أو الأمم المتحدة.
- 13- الحملة طويلة الأمد:** والتي تستمر لسنة أو أكثر.
- 14- الحملة المتوسطة الأمد:** وهي محددة بزمن شهرين أو ثلاثة.
- 15- الحملة القصيرة الأمد:** وهي حملات طارئة قصيرة الأجل.

الحملة من حيث الجمهور	الحملة من حيث الهدف	الحملة من حيث النطاق الزمني	الحملة من حيث النطاق الجغرافي
1- حملة الوعي الجماهيري	1- حملة تربية	1- الحملة الطويلة	1- الحملة المحلية
2- حملة إعلامية جماهيرية	2- حملة أمنية	الأمد	2- الحملة الوطنية
3- حملة تعديل السلوك	3- الحملات الانتخابية	2- الحملة المتوسطة	3- الحملة الإقليمية
4- حملة التوعية	4- الحملات الدعاية	الأمد	4- الحملة العالمية
5- حملة معلوماتية	المضادة	3- الحملة القصيرة	
6- الحملات الإعلامية العسكرية	5- الحملات الإعلامية الخاصة	الأمد	

**جدول رقم 01:** يبين تصنيف أنواع الحملات الإعلامية من إعداد الطالبين

المطلب الرابع: أهمية وأهداف الحملات الإعلامية

1- أهمية الحملات الإعلامية

1.1- يعد التغيير المستمر في البيئة المحيطة بعمل المؤسسات من الأمور الداعية لتخطيط الحملات الإعلامية الرامية وتنفيذها لتحقيق أهداف محددة مثل توعية المستهدفين بأمور اجتماعية أو صحية أو اقتصادية.

2.1- طرح أفكار جديدة حول موضوع يهم أغلبية أفراد المجتمع من الأمور التي تنشأ لها الحملات الاجتماعية.

3.1- ظهور مشاكل أو عراقيل في أي مجال سواء اجتماعيا أو اقتصاديا يستوجب إعداد حملات.

4.1- التقدم التكنولوجي في المجالات التي تؤثر على حياة الأفراد أو الأسر بغرض تخطيط وتوعية حملات إعلامية خاصة أو خاصة لتوعية المستهدفين.

5.1- تزايد الوعي بين الأفراد بغرض إعادة النظر في العديد من الصناعات التي تكونت لديهم حول القضايا الاجتماعية مختلفة وذلك من خلال تخطيط حملات إعلامية.<sup>1</sup>

2- أهداف الحملات الإعلامية

1.2- تزويد الجماهير المستهدفة بالمعلومات والبيانات المتوفرة حول الموضوعات و القضايا ذات الصلة بحياتهم وإحداث التعديلات المطلوبة عليها.

2.2- التأثير على المواقف واتجاهات الجماهير المستهدفة نحو قضايا محددة أو عامة.

3.2- إقناع الجماهير المستهدفة بإحداث تعديلات تدريجية في مواقفهم اتجاه أهداف سياسية أو اقتصادية اجتماعية وحول القضايا العامة كقضايا الصحة والبطالة والبيئية وغيرها واستخدام استراتيجيات وتقنيات مقبولة من قبلهم.

<sup>1</sup> - بشكات نادية. بوعبد الله سعدية. مرجع سبق ذكره، ص 61.

4.2- تحسين الرأي العام بقضية معينة في المجتمع لكي لا يتعرض للنسيان كالقيام بحملات التحسين وغيرها من القضايا التي من شأنها تنبيه المجتمع وزيادة درجة التكافل والتضامن.

5.2- تحسين صورة المهن وذلك لغرض التنمية الحيوية والدافعية لإتقان تلك المهن ودفع للإقبال عليها .

6.2- توضيح الحقائق الاجتماعية وتوعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم في المجتمع كالحملات التي تستهدف المواطنين بقوانين المرور والتقليل من السرعة.

7.2- التنبيه إلى مخاطر الآفات الاجتماعية وإبراز أضرارها.<sup>1</sup>

ولتحقيق أهداف الحملات الإعلامية يجب أن تكون واضحة وغير مبهمة ومقنعة ولديها جمهور مستهدف.

<sup>1</sup>- تباني عبير. الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر: دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2011/2012، ص93.

المبحث الثاني: عوامل والخطوات التنفيذية للحملات الإعلامية

المطلب الأول: عوامل نجاح الحملات الإعلامية

1-التدعيم والتكامل: حيث ركز كل لآزر زفيلد ومرتون على أن استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية مع وسائل الاتصال الشخصي يزيد من عوامل نجاح الحملات حيث المناقشة مع الآخريين تدعم وتستكمل المعلومات الناقصة وتركز على الاتجاه الذي يزيد فرص النجاح.

2-الاحتكار أي أن تقوم جميع وسائل الاتصال بتقديم رسائل تتفق على نفس السياق ولا تتعارض معه.

3-الانتظام في نفس القنوات بمعنى أن تتفق المعلومات جميعها مع ميول الجمهور واتجاهاته ولا تتعارض معها ولذلك من الضروري أن تعتمد جميعها على قاعدة بيانات تحقق هذه الأغراض.

- كما أن المصدر لا يكون فردا بل حزبا أو مؤسسة أو حكومة أو جماعة ضغط ويؤثر وضع المؤسسة ومكانتها في المجتمع بشكل فعال على فرص نجاح الحملة وتقبل مضامينها. وهذه عوامل تساهم في نجاح الحملات الإعلامية وإحداث التغيير الاجتماعي.

غير أن نجاح الحملة يعتمد على نجاحها في تحقيق التأثير المطلوب وعلى ظروف التصفية أو العوامل الوسيطة التي تساعد أو تعوق سريان المعلومات من المصدر إلى الجمهور المتلقي وهو ما يجب مراعاته إلى جانب مجموعة من المبادئ الهامة التي يجب مراعاتها عند تنفيذ الحملات.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - فؤادة عبد المنعم البكري. مرجع سبق ذكره، ص68.

المطلب الثاني: مبادئ هامة لنجاح الحملات الإعلامية

مبادئ الحملات الإعلامية الفعالة: توصل بيكر 1990 إلى عشرة مبادئ للحملات الفعالة هي:

- 1- الحملات الإعلامية الفعالة هي التي تستخدم وسائل إعلام محددة ومعروفة.
- 2- أن الحملات الإعلامية الأكثر تأثيراً هي التي تربط بين وسائل الإعلام والمجتمع.
- 3- يعد القطاع الجماهيري المستهدف والذي تستهدف الحملة التأثير فيه عنصراً هاماً.
- 4- ضرورة جذب الانتباه وجعل رسالة الحملة وشعار الحملة جزءاً من برامج الترفيه، ليساعد ذلك في تعزيز الانتباه وتقويته.
- 5- أن الرسالة الواضحة والبسيطة هي الأنسب وهي المطلوبة وتكرار الرسالة يساعد في مضاعفة تأثيرها.
- 6- من الضروري أن تؤكد الحملة الإعلامية على التغيير الإيجابي للسلوك أكثر من إظهار النتائج السلبية للسلوك السائد، وذلك لأن استمالات التخويف نادراً ما تكون استراتيجيتها ناجحة.
- 7- يجب أن تركز الحملة على إدراك الجمهور للجزاء السريع الحالي أكثر من تفادي العواقب السلبية البعيدة.
- 8- إن الحملة الإعلامية الفعالة يجب أن تشرك الشخصيات الهامة الرسمية والجماعات التطوعية والشخصيات الحكومية والعامّة للمشاركة في أهداف الحملة خاصة في المؤسسات الإعلامية.
- 9- من الضروري مراعاة توقيت الحملة الإعلامية حيث أن الوقت له دور هام في النتائج المتحققة.<sup>1</sup>
- 10- ضرورة القيام بعملية التقويم لأن تقييم الحملة يمكن أن يحسن من فعاليتها.

<sup>1</sup> - فؤادة عبد المنعم البكري. مرجع سبق ذكره، ص 69.

على أنه عند تقييم الحملة الإعلامية، يجب الأخذ في الاعتبار الاستفادة من نتائج التقييم واستخدامها في تخطيط الحملات اللاحقة، كما يجب مراعاة الاحتفاظ ببعض العناصر الإعلامية من الحملة السابقة خصوصا إذا كانت ناجحة، ويساعد ذلك الجمهور في الربط بين رسائل الحملة الجديدة وتلك التي سبقتها.

### المطلب الثالث: الخطوات التنفيذية للحملات الإعلامية

هذه العملية تشمل مقومات العملية الاتصالية في جوانبها الأربعة: القائم بالاتصال وأهمية دوره في عملية الاتصال، الجمهور المستهدف، الرسالة الاتصالية، والوسائل الإعلامية وجدولة الحملة وتقييمها.

#### 1- جمع البيانات وتحديد الاهداف:

- يقصد بها جميع البيانات التي تتيح لمصممي الحملة اتخاذ أنسب القرارات بشأنها وتشمل:
- دراسة الظروف والمتغيرات المؤثرة في الحملة من حيث مدى تقبل الفكرة ونوع الجمهور المرتقب والاتجاهات السائدة لديه.
  - دراسة الفكرة أو الموضوع ذاته من كافة الجوانب والتركيز على إبراز ما يمس اهتمامات الجمهور منها وما يشبع احتياجاته ورغباته من خلالها.<sup>1</sup>
  - دراسة كل الوسائل الإعلامية المتاحة، من حيث التعرف على خصائص كل وسيلة ومدى ملاءمتها لتوجيه رسالة معينة تمهيدا لاختيار أنسب الوسائل، بالإضافة إلى دراسة العلاقة بين الجمهور ووسائل الاعلام ومدى اعتماده على وسيلة أو أخرى.
- وعلى ضوء هذه المعلومات تكون أهداف الحملة شأنها شأن أي هدف آخر قابلة للقياس، واقعية وملاءمة وذات نطاق زمني، حيث تتم كتابتها للتخاطب حول الجوانب المتعددة للحملة، الأمر الذي سيجعل الاستراتيجية الاتصالية تركز على تحقيق أهداف هذه المبادرة تحديدا.

<sup>1</sup> - عيسى بوكرموش. استراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية: دراسة وصفية لاستراتيجية التوعية المرورية ولاية غرداية نموذجاً، مذكرة ماجستير، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2013/2012، ص69.

## 2- تحديد الجمهور المستهدف:

إن الجمهور هو العنصر الرئيسي في عملية الاتصال والذي يعمل المصممون في الحملات الإعلامية إلى الوصول إليه والتأثير فيه وأن المبدأ الأساسي في العملية الاتصالية هو (أعرف جمهورك). ومعرفة الجمهور من الأسس الهامة لنجاح الحملة الإعلامية، لأنه إن لم يستطيع أن تصل إلى جمهور فلن تستطيع التأثير فيه.

ومن المعروف أن تحديد الجمهور بدقة يزيد من فاعلية الرسالة الإعلامية ومن الأسس الرئيسية لتصميم الحملات الإعلامية بحيث لا يشكل هذا الجمهور أي مقاومة أو أعداء لأهداف الحملة وأفكارها بما يفوض توافقاً مع الثقافات والمعايير والقيم الاجتماعية لذلك إن أكبر خطأ يؤدي إلى الفشل في كثير من الحملات الإعلامية باختلاف أنواعها هو أن تخطط الحملة إلى جمهور يختلف عن الجمهور المستهدف.<sup>1</sup>

## 3- صياغة الرسالة الإعلامية:

للرسائل دور كبير في نجاح حملات التوعية العامة أو فشلها، ولا يمكن تحديد الرسائل المناسبة إلا بعد التعرف الدقيق على الجمهور، وكما هو معروف فإن لكل جمهور أسلوباً خاصاً في تقديم الرسالة وطريقة بثها فالرسالة الموجهة لكبار السن تختلف عن الرسالة الموجهة لصغار السن، وكذلك الرسالة الموجهة للمتقنين تختلف عن الرسالة الموجهة لغير المتعلمين وهكذا فإن لكل جمهور رسالة خاصة به، إضافة إلى اختيار الشخصيات المناسبة لتقديم هذه الوسائل من مسؤولين وعلماء ورجال الفكر وغيرهم من المشاهير كالفنانين والرياضيين.

وبالرغم من ذلك فإنه يجب اختيار شعار خاص للحملة يتميز بتناسقه وتناغمه من نوع الحملة وأهدافها وأن يكون سهلاً للحفظ والتذكر وسلساً للنطق ومتناسباً مع جميع الفئات العمرية والثقافية مما يساعد على سهولة تذكره وتكراره في جميع المناسبات.

<sup>1</sup> - بشكات نادية. بو عبد الله سعدية. مرجع سبق ذكره، ص58.

ونظرا لأن حملات التوعية العامة تعتبر من الحملات الاتصالية العامة فإنه يجب إعداد رسائل متنوعة لتوجيهها إلى جميع فئات الجماهير وأن تكون هذه الرسائل مصممة تصميمًا دقيقًا لتكون مناسبة لجميع الفئات على اختلاف مستوياتها الثقافية والاجتماعية والعمرية ومحاولة التركيز على أكثر الفئات المتسببة في تفاقم هذه المشكلة من الجمهور.<sup>1</sup>

#### 4- إختيار الوسائل الإعلامية:

عند اختيار الوسيلة الإعلامية التي سيتم استخدامها في الحملة الإعلامية لابد من مراعاة أمر مهم جدا وهو أن تتناسب الوسيلة الإعلامية المستخدمة مع خصائص وسمات الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية، التي من المفترض أن يتم التعرف عليها وتحديدتها قبل اختيار الوسيلة ويتم ذلك من خلال طرق متعددة كالاستقصاء مثلا والتي تعد من أنسب الطرق المستخدمة في تحديد خصائص الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية.

وهناك مجموعة من المعايير الكمية والنوعية والتي يتم اختيار الوسائل الإعلانية على أساسها ومن أهمها.

أ- التغطية الجغرافية: وهي المنطقة التي تصل إليها الوسيلة الإعلامية إذ أن التغطية الجغرافية لأية وسيلة هي مجموعة المناطق والمدن والقرى التي تصل إليها بالفعل سواء داخل الدول أو خارجها ومن الضروري أن يتم عمل دراسة لاختيار أنسب الوسائل من حيث الانتشار والتغطية الجغرافية وأيضا أنسبها للرسالة الإعلامية.

ب- عدد القراء أو المستمعين أو المشاهدين مما يساعد على توفير المعلومات عن خصائص المتلقين ونوعيتهم في كل وسيلة إعلامية.

ج- تحديد خصائص القراء أو المستمعين أو المشاهدين حيث يتوقف نجاح الحملة الإعلامية على مدى وصولها إلى نوع المتلقين الذين يختلفون فيما بينهم من حيث الخصائص النوعية.

<sup>1</sup> - دربال كريمة. دور الحملات الإعلامية التوعوية في نشر ثقافة الكشف المبكر عن سرطان الثدي، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة، الجزائر، 2017/2018، ص58.

د- التكلفة الإعلانية للحملة في الوسائل الإعلامية ويفضل عدم المبالغة في استخدام عامل التكلفة المرتبط بالوسيلة المختارة ومن المعروف أن الإعلان عن الحملة في الراديو والتلفزيون يتضمن نوعين من التكاليف هما تكلفة الإنتاج وتكلفة العرض.<sup>1</sup>

### 5- الجدولة الزمنية للحملة:

بعد أن يقوم المرسل باختيار الوسائل الإعلامية التي سيستخدمها فإنه بعد ذلك سيحدد الاستراتيجية التي ستسير عليها إذاعة الرسالة على مدار الحملة ويطلق على هذه الخطوة جدولة الحملة، والتي تسعى للتأكيد على أن كل فعالية تبدأ في التاريخ المحدد وأن فرص التعاون بين الوسائل يتم استخدامها بشكل كامل وهناك عدة طرق في العرض الإعلامي:

#### 1- التوزيع بين الوسائل:

حيث يتم إتباع إحدى الاستراتيجيتين الآتيتين:

أ- استراتيجية التكامل وتهدف هذه الطريقة إلى تكثيف النشاط الإعلامي الموجه للتوعية تكثيفا زمنيا، أو بالنسبة لقطاعات معينة من الجمهور، أو بين فئات متعددة، أو مخاطبة قطاعات متنوعة من الجمهور من خلال استخدام مجموعة من الوسائل، وتنفيذ هذه الطريقة في حالة الاحتياج إلى توعية وإرشاد سريع في بعض الموضوعات مثل: الأمراض الوبائية التي تنتشر فجأة.

ب- استراتيجية التعاقب وتعني القيام بتنفيذ الحملة الإعلامية بكل مجموعة متجانسة من الوسائل الإعلامية كالصحف والمجلات أو الإذاعة والتلفزيون في توقيت زمني معين، كأن تبدأ بالصحف والمجلات لفترة محددة ثم تعقبها باستخدام الإذاعة والتلفزيون، وتنفيذ هذه الطريقة في بعض الموضوعات التي تحتاج إلى توعية مستمرة مثل: التحسيس باحترام قوانين المرور.

<sup>1</sup> - رفعت عارف الضبع. الحملات الإعلامية، المكتب المصري للمطبوعات، ط1، مصر، 2012، ص37.

2- التوزيع الزمني:

بمعنى توزيع الإعلانات على فترات الحملة (الأيام - الأسابيع - أو الشهور) كلها أو بعضها وتنقسم إلى:

أ- التوزيع المستمر: بمعنى الاستمرار دون انقطاع خلال مدة الحملة الزمنية ويستخدم بكثافة معينة تبعا للإمكانيات.

ب- التوزيع المنقطع: أي الإعلان في فترات معينة كالأسابيع والأشهر ويتوقف الإعلان نهائيا في فترات أخرى ويناسب هذا الحملات التي تستهدف الوصول إلى الجمهور مع قلة الإمكانيات (الإعلان الموسمي).

ت- التوزيع المركز: وتعني تركيز الحملة خلال مدة زمنية محددة من العام (شهرين مثلا شهر رمضان أو فصل الصيف) وهكذا.<sup>1</sup>

3- كثافة الإعلان:

بمعنى كثافة الحملة خلال الفترات الزمنية المختلفة بحيث تبدأ الحملة قوية جدا بإعلانات مكثفة وتتلاشى تدريجيا أو العكس تبدأ ضعيفة ثم تقوى وتزداد كثافتها بمرور الوقت ولها عدة طرق منها:

- الجدولة المتساوية: أي تستمر بنفس الكثافة خلال الحملة (إعلان في الأسبوع) أو (إعلان كل شهر) ... وهكذا.

- الجدولة المتلاشية: أي يتم التركيز في البداية ثم تتناقص تدريجيا حتى النهاية.

- الجدولة المتنامية: بحيث تبدأ ضعيفة ثم تزداد كثافتها وتقوى مع مرور الوقت.<sup>2</sup>

- الجدولة المتزايدة: وهي لا تسير في خط منتظم، أحيانا تزيد وأحيانا تنقص سواء بانتظام أو غير انتظام تبعا لظروف الحملة أو ظروف المتلقين أو أي ظروف وأسباب يراها المخطط مناسبة.

<sup>1</sup> - تباي عبير. مرجع سبق ذكره، ص 120.

<sup>2</sup> - فؤادة عبد المنعم البكري. نفس المرجع، ص 106.

### 6- تحديد مخصصات الحملة:

يتم تحديد الميزانية الإجمالية للحملة ثم الميزانية الفرعية للفعاليات المختلفة التي سيتم القيام بها في الوسائل الإعلانية، ويساعد تحديد هذه المخصصات في البداية على معرفة الاحتياجات وفقا للإمكانيات الموجودة ويرتبط بها أيضا اختيار الوسائل والاستراتيجيات وأشكال الجدولة، وقد يتم تخصيص حوالي 5 إلى 10% من ميزانية الاتصال جانبا كتمويل للطوارئ عند تنفيذ عمل تصحيحي في مسار الحملة.<sup>1</sup>

### 7- التقييم والتقييم:

يعتبر تقييم الحملة خطوة غاية في الأهمية لأنه على أساسها يتخذ مصممو الحملة مجموعة من الإجراءات مثل:

- الاستمرار في الحملة إذا كانت الرسالة التي تتضمنها مفهومة ومقبولة لدى الجمهور.
- تعديل الرسالة إذا كان يشوبها بعض أوجه النقص أو سوء الفهم.
- وقف الحملة إن اثبتت فشلها وعدم فاعليتها.

وهناك ثلاثة أنواع للتقييم:

**1- القياس القبلي:** هي مرحلة يتم فيها إجراء اختبارات أولية لقياس صحة القرارات ومدى فاعلية الوسائل المستخدمة ومدى النجاح في تحديد الأهداف وكذلك قدرة الأهداف على تحقيق الأهداف المرجوة منها.

ويتم تطبيق هذه الاختبارات على المجموعات التالية:

أ- جمهور المتخصصين في الشكل الفني.

ب- الجمهور المستهدف من الرسالة الإعلامية.

<sup>1</sup> - عيسى بوكرموش. مرجع سبق ذكره، ص 76.

وإنطلاقاً من أهمية الرسالة فإنه لا بد من مراعاة بعض العناصر في اختيار الرسالة كالتعرف على مدى قدرة الرسالة على جذب الانتباه وكذلك مدى فاعلية الصوت والصورة وقدرتها على الاحتفاظ بالمعلومات ومدى وضوح محتوى الرسالة وارتباط عناصر الموضوع ببعضها البعض.

**2- التقييم المرحلي:** والمقصود بمرحلة التقييم المرحلي هي تقييم الحملة أثناء حدوثها وذلك للتأكد من فاعليتها وتحديد جوانب القصور الموجودة بها ومحاولة تقويم هذه الجوانب والتغلب عليها لإنجاح الحملة ودعمها لتحقيق الأهداف المرجوة منها.

**3- التقييم النهائي:** تسعى مرحلة التقييم النهائي إلى التعرف على مدى نجاح الحملة في تحقيق أهدافها والتعرف على نتائجها وعلى المشكلات التي قد تكون واجهتها ومحاولة إيجاد حلول مناسبة لهذه المشكلات وكذلك الأخطاء التي قد تصادف المرسل أو قد يقع فيها أثناء نشره للحملة الإعلامية.<sup>1</sup>

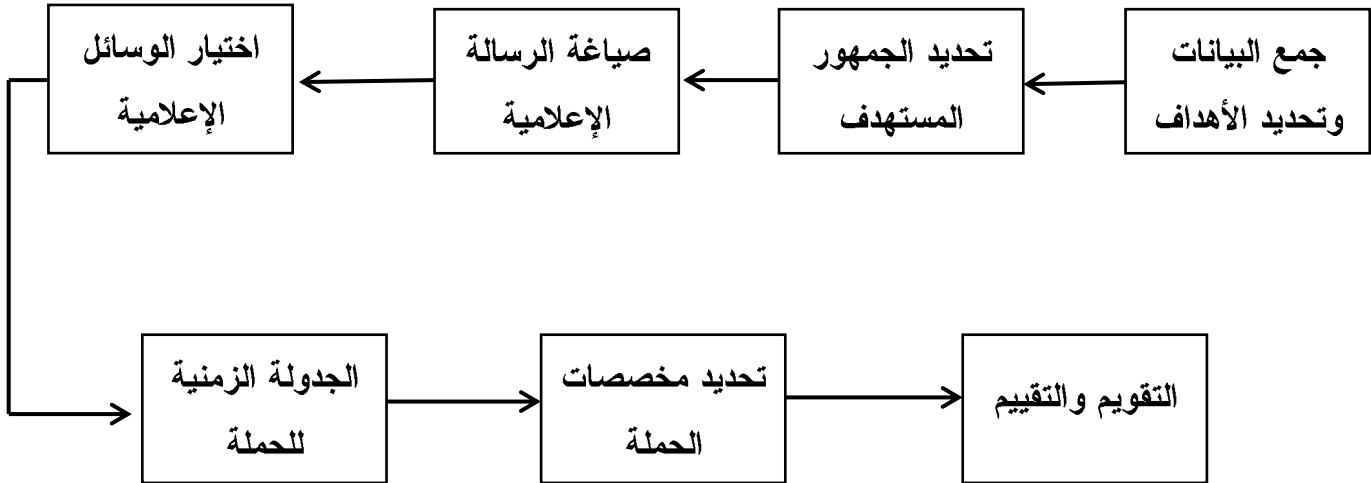
- وهناك من الباحثين من يحدد خطوة تقييم الحملة في المراحل التالية:

**1- التقييم أثناء الحملة:** ويشمل الاختيار المسبق للحملة ويركز على تقييم الرسائل الإعلامية المستخدمة ومدى قدرتها على الوصول للجمهور وأيضا تقييم أداء القائمين على الحملة وأوجه القصور في عملهم والتحقق من كل مرحلة من مراحل الحملة ومدى التنفيذ الدقيق لها.

**2- التقييم فور انتهاء الحملة:** وهو تقييم النتائج الخاصة بالحملة ككل في ضوء الأهداف الموضوعية.

<sup>1</sup> - رفعت عارف الضبع. مرجع سبق ذكره، ص 38.

3-التقييم الاسترجاعي: ويجري بعد ستة أشهر من انتهاء الحملة على الأقل. لاختبار قياس تأثير الحملة على المدى الطويل.<sup>1</sup>



شكل رقم 01: مخطط يمثل الخطوات التنفيذية للحملة الإعلامية من إعداد الطالبين

<sup>1</sup> - فؤادة عبد المنعم البكري. مرجع سبق ذكره، ص114.

### المطلب الرابع: نماذج بعض الحملات الإعلامية في الجزائر الحملة الأولى:

في إطار تنفيذ المديرية العامة للأمن الوطني للمخطط الاتصالي لسنة (2012)، و بمناسبة الدخول المدرسي، نشطت إدارات من مصالح الأمن العمومي و مكاتب الاتصال و العلاقات العامة لأمن الولايات، سلسلة من الدروس النموذجية و المحاضرات لفائدة تلاميذ المدارس الابتدائية، الإكاليات و الثانويات، عبر كافة ولايات الوطن، تمحورت حول التوعية، الوقاية المرورية و احترام قوانين المرور في سياق المحافظة على أرواح مستعملي الطريق العام.

كما أسهب المحاضرون أثناء تدخلاتهم على ضرورة احترام القوانين المرورية، مذكرين بالأخطار الناجمة جراء عدم مراعاة التنظيمات، مبرزين بالصور و الإحصائيات الحوادث التي تقع في طرقاتنا، و التي تحسد يوما ضحايا من جرحى و وفيات تقدر بالآلاف.

و قد لقت هذه الدروس التوعوية، التي امتدت إلى أواخر شهر أكتوبر استحسان الأسرة التربوية على المستوى الوطني، من تلاميذ، أولياء تلاميذ، معلمين، لما لهذه العملية التحسيسية من أهمية بالغة في غرس ثقافة مرورية لدى الناشئة، و دور في تقليل من معدلات هذه الآفة التي أصبحت تستنزف كافة شرائح المجتمع.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - <https://www.algeriepolice.dz/?%D8%A5%D8%B7%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%85%D9%86>  
.18:12 2020/02/23



الشكل رقم 02: يمثل حملة إعلامية حول التوعية

الحملة الثانية:

اليونيسيف تطلق حملة واسعة لحماية الطفولة ضد العنف بالجزائر 26/04/2015

- [المكلف بالاتصال بمنظمة اليونيسيف بالجزائر فيصل علمي](#)
- [المكلفة بالمكتب الوطني لحماية الطفولة بمديرية الأمن المحافظ خيرة مسعودان](#)
- [رئيس شبكة ندى عبد الرحمان عرعار](#)

أطلقت اليونيسيف حملة واسعة لحماية الطفولة بالتنسيق مع الإذاعة الوطنية و مختلف وسائل الإعلام و هذا بعد تسجيل 1200 حالة عنف في الجزائر في الثلاثي الأول من سنة 2015.

في هذا الصدد، فإن شعار اليونيسيف يحمل عنوان " طفولة بدون عنف بدون صمت " و هو هدف الحملة التحسيسية التي أطلقتها اليونيسيف من أجل خروج الأطفال عن صمتهم ضد كافة أشكال العنف.

و أوضح المكلف بالاتصال بمنظمة اليونيسيف بالجزائر فيصل علمي، أن هذه الحملة تدخل في إطار حملة عالمية التي انطلقت منذ 2013 و اليوم حان الوقت للتكلم عن الأطفال ضحايا العنف أو مرتكبيه، كما أن ظاهرة العنف تكسب قوتها من الصمت.

و أضاف المكلف بالاتصال بمنظمة اليونيسيف أن الحملة هذه تشمل ومضات إشهارية إذاعية و تلفزيونية إضافة إلى الملصقات و تروج مدة ثلاثة أسابيع لتنبية المواطنين بنمو الظاهرة.

من جهتها، قالت المكلفة بالمكتب الوطني لحماية الطفولة بمديرية الأمن، المحافظ خيرة مسعودان، إن الأرقام المقدمة خلال الثلاثي الأول من سنة 2015 أقل مقارنة بنفس الفترة من السنة الماضية لأن المواطنين أصبحوا يتقدمون لمصالح الشرطة بكل أريحية للتبليغ عن مختلف أنواع العنف و خاصة إذا كان من النوع الجنسي.

و أضافت المكلفة بالمكتب الوطني لحماية الطفولة بمديرية الأمن أنه تم تسجيل 1281 ضحية من مختلف أنواع العنف من بينهم 756 من العنف الجسدي الذي يأتي في المقدمة يليه العنف الجنسي بـ 372 ضحية و سوء المعاملة بـ 124 ضحية و الاختطاف 20 ضحية و

الضرب و الجرح المؤدي للوفاة 6 ضحايا أما ضحايا القتل العمدي سجلت مصالح الأمن 3 ضحايا في الثلاثي الأول لـ2015.

من جانبه، دعا رئيس شبكة ندى عبد الرحمان عرعار، إلى ضرورة التكفل الأمثل بالأطفال ضحايا العنف كخطوة أولى مؤكدا على مبدأ ضد العقاب و بالمقابل مع التربية و الوقاية. و أول خطوة يجب إتباعها -حسبه- التكفل بكل ضحايا الاعتداءات" الجنسية، الجسدية ، سوء المعاملة" و تمثل هذه الاعتداءات أكثر من 32 ألف ضحية للعنف سنويا.

هذا و خصصت منظمة اليونيسيف بالجزائر رقمين تحت تصرف المواطنين من أجل التبليغ عن حالة العنف الممارس ضد الأطفال و هم 1548 رقم مخصص للطوارئ و 3033 رقم من أجل الاستماع لمختلف الحالات.

المصدر: الإذاعة الجزائرية



شكل رقم 03: يمثل حملة إعلامية حول حماية الطفولة ضد العنف

## الحملة الثالثة:

## حملات تحسيسية واسعة بالمؤسسات التعليمية حول مخاطر الإنترنت

أطلقت وزارة التربية الوطنية حملة تحسيسية واسعة حول المخاطر الناجمة عن الاستعمال السيء للإنترنت في جميع المؤسسات التعليمية ولفائدة التلاميذ في المراحل التعليمية الثلاث، بهدف ترسيخ ثقافة التوعية الأمنية لدى الناشئة وحثها على الاستعمال الجيد والسليم للإنترنت.

وتتطلق هذه الحملة التحسيسية مع بداية الفصل الثاني من السنة الدراسية 2017 وتستمر حتى آخر السنة، ويساهم فيها كل أعضاء الأسرة التربوية، كما اقترحت الوزارة في بيان لها، أمس، عدة أنشطة تقدم حسب الوسائل المتاحة على مستوى كل مؤسسة تعليمية لتطبيق هذه الحملة على غرار تقديم درس تحسيبي حول الأبعاد السلبية لسوء استعمال الإنترنت من خلال إبراز الأضرار الناجمة عن ذلك، وكذا تقديم نصائح وإرشادات وقائية حول الطرق والسبل الأنجع للاستعمال الحسن للشبكة العنكبوتية من طرف الأطفال والمراهقين.

وشدد البيان ذاته على ضرورة فتح نقاش تفاعلي مع التلاميذ يسمح لهم بالتعبير الحر عن قلقهم تجاه الأخطار التي يمكن ان تتجم عن الاستعمال غير الحسن للإنترنت وحث التلاميذ على تبني اليقظة عند البحث عن المعلومات للواجبات المدرسية او البحث عن مواقع تحميل الألعاب والأفلام ومنتديات الدردشة، محذرة من تقديم معلومات أو صور عنهم أو أفراد أسرتهم وتنبيههم الى أن كل معلومة يمكن أن تستغل ضدهم، مؤكدة على ضرورة تفادي الاستهلاك المفرط لألعاب الفيديو التي تؤدي حتما إلى الإدمان.

وأوضحت الوزارة الوصية أن الدرس سيقدم خلال الأسبوع الأول من الثلاثي الثاني في الفترة الممتدة من 07 الى 11 جانفي 2018 في كل المستويات لمراحل التعليم الابتدائي والتعليم المتوسط والثانوي، إضافة الى ذلك سيقوم الأستاذ على مدار السنة الدراسية بتذكير التلاميذ على هامش الحصص التعليمية بنصائح مفيدة حول الاستعمال السيء.

بدورهم، سيقوم أساتذة المعلوماتية في مرحلتى التعليم المتوسط والثانوى بشرح الجوانب الخفية فى الشبكة العنكبوتية وكيف تستغل المعلومات البريئة التى يدخلها المستخدم فى جهاز الاعلام الآلى أو فى النقل وتذكيرهم بالقواعد السليمة التى يجب اتباعها للاستخدام الحسن للإنترنت.

من جهتهم سيعمل مستشارو التوجيه والإرشاد المدرسى والمهني بإعداد وتنفيذ برامج إرشادية ووقائية لفائدة التلاميذ لتجنب مخاطر سوء استعمال الإنترنت، مع تركيزهم على التلاميذ الذين يعانون من وضعية نفسية هشة بحكم وضعهم الأسرى أو نتائجهم المدرسية أو سلوكياتهم اليومية مع زملائهم أو المنتمين للقطاع على مستوى المؤسسة التربوية.

فى سياق آخر، دعت وزيرة التربية الوطنية نورية بن غبريط، فى البيان ذاته، الى ضرورة تفعيل بنود وأحكام النظام الداخلى فى المؤسسة التعليمية حفاظا على الحقوق وحماية للحريات والخصوصيات، مقترحة تنظيم أنشطة علمية وثقافية وحتى رياضية باعتبارها من أنجع الوسائل محاربة الآفات الاجتماعية ومنها الاستعمال غير العقلانى للإنترنت، مضيفة أن اشراك كل التلاميذ فيها كل حسب ميولاته وقدراته وتنظيم بحوث موضوعاتية تتناول الإشكالية المطروحة وتحرير مقالات وكتابات مسرحيات وأدائها، وتكون موضوع مسابقات يحفز التلاميذ على التنافس ويشجعهم على الإبداع.

كما سيتم تنظيم الأسبوع المدرسى لنهاية السنة الدراسية 2018/2017 تحت شعار "تجنب المخاطر الناجمة عن الاستعمال السيء للإنترنت"، وحددت الوزارة أن تصب كل الأعمال التى تنجز خلال هذا الأسبوع ضمن إطار التحسيس من الاستعمال المفرط والعمل للوصول بهم الى الالتزام بالاستعمال الجيد للإنترنت خلال العطلة الصيفية، كما أبرزت الهيئة نفسها دور الاولياء فى تحسيس أبنائهم وضرورة مرافقتهم فى الاستعمال الصحيح لشبكة الإنترنت.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - <https://www.elhiwardz.com/national/107126/> 18:25 2020/02/23



شكل رقم 04: يمثل حملة إعلامية حول مخاطر الأنترنت

#### الحملة الرابعة:

#### الأمن الوطني يطلق حملة وطنية للتحسيس بمخاطر المؤثرات العقلية

أطلقت المديرية العامة للأمن الوطني في جانفي 2019 حملة وطنية للتحسيس بمخاطر المؤثرات العقلية ينشطها إطارات متخصصة لفائدة التلاميذ و المتربصين على مستوى مراكز التكوين المهني، ومستعملي نوادي الأنترنت ودور الشباب والفضاءات العمومية.

وأفاد بيان للمديرية العامة للأمن الوطني أن هذه الحملة التي تخص مصالحها عبر 48 ولاية تندرج في سياق "توعية الناشئة بمخاطر المؤثرات العقلية والأضرار الناجمة عنها، وذلك بالشراكة مع الجمعيات الفاعلة والمجتمع المدني والإعلامي لإشراكهم في الوقاية من تعاطي المخدرات والمؤثرات العقلية، أين تم توزيع مطويات تتضمن كل الشروحات المتعلقة بالوقاية من هذه الآفة الاجتماعية".

وتأتي الحملة "لتأكيد عمل الأمن الوطني القائم على ضمان الحماية لجميع شرائح المجتمع وتعزيز الحضور في المؤسسات التربوية وخارجها لنشر ثقافة الأمن والتوجيه والتوعية، كما أنها تأتي تعزيزاً للعمل الذي تقوم به الفرق العملياتية لجهاز الأمن الوطني للحد من ظاهرة انتشار المخدرات و المؤثرات العقلية".

وتمت الإشارة بالمناسبة الى ان هذه المبادرات التحسيسية "لقيت استحسان التلاميذ والطاقم التربوي للمؤسساتي لأنها تساهم في نشر الوعي بضرورة تفادي مثل هذه الآفات، كما تعد ساحة لضرورة ترسيخ ثقافة التبليغ عبر الخطوط المجانية على غرار 1548 و 17 للكشف عن المروجين".

شكل رقم 05: يمثل حملة إعلامية حول مخاطر استهلاك المؤثرات العقلية

خلاصة الفصل:

الحملات الإعلامية التوعوية هي برامج لها الجهود المكثفة والمستمرة بكافة الأساليب والوسائل لطرح ومناقشة ومتابعة موضوع معين، أو الجهود المستمرة لتحقيق هدف معين. لها عناصر أساسية تركز عليها، وكذا تبني وفق خطة علمية مسطرة لها لتكون حملة إعلامية توعوية ناجحة.

نرى أن الحملات الإعلامية عملية اتصالية ضرورية في المجتمع قد يقوم بها أفراد، هيئات، مؤسسات تربوية، صحية، اجتماعية، إلى غير ذلك بهدف نشر قيم معينة أو الحفاظ عليها أو تعديل سلوكيات فئات معينة بما يأتي بالنفع للصالح العام والخاص.

# الفصل الثاني

تمهيد

المبحث الأول: ماهية الثقافة والأمن

المطلب الأول: مفهوم الثقافة

المطلب الثاني: خصائص وتصنيفات الثقافة

المطلب الثالث: مفهوم الأمن

المطلب الرابع: أبعاد الأمن

المبحث الثاني: ماهية الثقافة الأمنية

المطلب الأول: مفهوم الثقافة الأمنية

المطلب الثاني: خصائص ووظائف الثقافة الأمنية

المطلب الثالث: الأساليب المعتمدة لتنمية الثقافة الأمنية

المطلب الرابع: أهمية الثقافة الأمنية

خلاصة الفصل

تمهيد

تعد الثقافة الأمنية مفهوم جديد يستخدم من قبل المؤسسات الأمنية والحكومية لنشر الوعي الأمني بين كافة أفراد المجتمع، كما أنها تعتبر عملية تعليم وتعلم المفاهيم الأمنية والخبرات اللازمة للمواطنين من أجل تحقيق الأمن الوطني والحد من الجريمة والآفات الاجتماعية.

وتطرقنا في هذا الفصل إلى مبحثين، المبحث الأول كان بعنوان ماهية الثقافة والأمن وجاء فيه أربع مطالب وتطرقنا فيه إلى مفهوم الثقافة وخصائص وتصنيفات الثقافة، ثم إلى مفهوم الأمن، أبعاد الأمن. أما المبحث الثاني كان بعنوان ماهية الثقافة الأمنية وجاء فيه أربع مطالب وتطرقنا فيه إلى مفهوم الثقافة الأمنية، وخصائص ووظائف الثقافة الأمنية، الأساليب المعتمدة لتنمية الثقافة الأمنية، وفي الأخير أهمية الثقافة الأمنية.

المبحث الأول: الثقافة والأمن

المطلب الأول: مفهوم الثقافة

عند التطرق لمفهوم الثقافة لابد من ذكر تعريف أدوار تايلور الشهير لها، إذا يعتبرها: " ذلك الكل المعقد الذي يحتوي على المعرفة، المعتقدات، الفن، الأخلاقيات، القانون والعادات، وغير ذلك من القدرات والسلوك الشائع الاستخدام، الذي يكتسبه الإنسان كعضو في المجتمع ".<sup>1</sup>

أما تعريف كلباتريك فيرى أن الثقافة هي: " كل ما صنعه يد الإنسان وعقله من الأشياء، والمظاهر في البيئة الاجتماعية، أي كل ما اخترعه الإنسان، أو ما اكتشفه وكان له دور في العملية الاجتماعية ".<sup>1</sup>

و مالينوسكي الذي يرى أن الثقافة الأمنية هي: " ذلك الكل الذي يشتمل على الأدوات والمواثيق التنظيمية للمجتمع، والأفكار والفنون، والمعتقدات، والعادات ".<sup>1</sup>

و هويت الذي يقرر بأن الثقافة هي: " تنظيم لأنماط السلوك، والأدوات، والأفكار، والمشاعر التي تعتمد على استخدام الرموز ".<sup>1</sup>

ويرى وولاس الثقافة على أنها: " أساليب السلوك أو أساليب حل المشكلات التي يمكن وصفها بأن احتمال استخدام أفراد المجتمع لها أكبر، لما تتميز به عن الأساليب الأخرى من كثرة التواتر وإمكانية المحاكاة ".<sup>1</sup>

و يرى راد كليف براون الثقافة هي: " العملية التي يكتسب الفرد بواسطتها المعرفة، والمهارة والأفكار، والمعتقدات، والأذواق، والعواطف وذلك عن طريق الاتصال بأفراد آخرين أو من خلال أشياء أخرى، كما يكتسب الأعمال الفنية ".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - سلامة أمينة. الثقافة الأمنية ودورها في التقليل من حوادث العمل داخل المؤسسة الصناعية: مؤسسة صناعة الكوابل بسكرة - نمونجا-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2018/2017، ص120-121.

منه نلاحظ أن الثقافة هي: "عبارة عن مجموعة الأنماط المتداخلة السلوكية الإنسانية والعادات والتقاليد والقوانين والدين واللغة... التي تشكل شخصية الفرد والذي بدوره يكون جزء في تشكيل الثقافة مجتمعية".

طبيعة التعريف	خصائصه
تعريف أدوار تايلور	المعرفة، المعتقدات، الفن، الأخلاقيات، القانون والعادات
تعريف كلباتريك	صناعة الإنسان، العقل، البيئة الاجتماعية
تعريف مالينوسكي	الأدوات والمواثيق التنظيمية للمجتمع، والأفكار والفنون، والمعتقدات، والعادات
تعريف هويت	تنظيم لأنماط السلوك، والأدوات، والأفكار
تعريف وولاس	أساليب السلوك أو أساليب حل المشكلات
تعريف راد كليف براون	المعرفة، والمهارة والأفكار، والمعتقدات، والأذواق، والعواطف

جدول رقم 02: ملخص التعريفات السابقة: من إعداد الطالبين بتصريف

<sup>1</sup> - نور الدين بن مشرنن. الثقافة الأمنية بين التقاليد الشعبية والتحديات التربوية المعاصرة: دراسة تربوية اجتماعية انثربولوجية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2014/2015، ص19.

المطلب الثاني: خصائص وتصنيفات الثقافة

خصائص الثقافة:

بالرغم من الاختلاف والتباين الموجود بين الثقافات، إلا أن هناك بعض الخصائص المشتركة والعامة لجميع الثقافات نذكر منها:

- أي ثقافة تنشأ في مجتمع ما، ويظهر هذا جليا في أفعال أعضائه التي تتأثر بها بمعنى أنها النسيج غير المرئي الذي يربط بين الجماعات، الشعوب والأمم.

- تنظم الثقافة وتوجه المطالب الأساسية، وتشجع الحاجات البيولوجية، والحاجات الثانوية المنبثقة عنها، فهي وسائل لإشباع الدوافع الإنسانية في تفاعل الإنسان بعالمه الخارجي وهي بذلك خاصية إنسانية، غير متوفرة لدى المخلوقات الأخرى.

- الثقافة سلوك: يمكن تعلمه من خلال اللغة وما تتضمنه من رموز، إذ أن كل المجتمعات الإنسانية لها أنساق من الرموز منها: الإيماءة، الإشارة، وعليه تعتبر الرمز الذي يقارب ما يبين إتباعه.

- الوجدانية: تختلف الثقافة من فرد إلى آخر، وذلك رغم تشابه الأفراد في جوانبها بحكم نشأتهم في بيئة اجتماعية وثقافية واحدة وبهذا تتميز الثقافة بأنها مصنع الاختلاف.<sup>1</sup>

- الاكتساب والتعلم: إن الإنسان قادر على نقل ما اكتسبه من عادات لأقرانه، والثقافة ليست غريزية، أو عضوية، أو تنتقل بيولوجيا، ولكنها نتاج التفاعل الاجتماعي، وهي ذلك الجزء المكتسب بالتعلم من سلوك الإنسان ومنه تشكل الثقافة التراث المشترك للإنسانية.

- السمات: كل مركب ينقسم وينفتت إلى وحدات تسمى السمات الثقافية، وهي أصغر وحدة في الثقافة يمكن أن ينقسم إليها مضمونها أو محتواها فتقافة المجتمع تشتمل على ألوف من السمات.

<sup>1</sup> - عيساوي وهيبية. أثر الثقافة التنظيمية على الرضا الوظيفي: دراسة حالة فئة الأفراد الشبه طبيين بالمؤسسة الاستشفائية العمومية ترايبى بوجمعة بيشار، مذكرة ماجستير، مدرسة دكتوراه إدارة الأفراد وحوكمت الشركات، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2012/2011، ص9.

- خاصية التراكم: فالأفكار والمهارات وغير ذلك من سمات الثقافة تتراكم عبر الوقت.
- الثقافة المتكاملة: فهي تتحدد لتكون كلا متكاملًا، متجانسًا ومتسقًا، لا يمكن فهم أي ثقافة إلا إذا نظرنا إليها على أنها متكاملة، ويشير التكامل إلى فكرة الشمول والكلية وأنه لا يوجد صراع بين العناصر الثقافية المختلفة، وأنها تخلو من تناقضات بين معتقدات أفرادها وبين تصرفاتهم أو أفعالهم.
- الثقافة معقدة: تتسم الثقافة بأنها كل معقد ويرجع تعقدها إلى ترابط سماتها، وتجمع الموضوعات ومهارات والاتجاهات والمواقف وتراكمها خلال عصور طويلة من الزمن، وكذلك إلى انتشار واستعارة كثيرة من السمات الثقافية من خارج المجتمع نفسه.<sup>1</sup>
- استقلالية الثقافة: تتميز بأنها مستقلة عن الأفراد الذين يحملونها ويمارسونها في حياتهم اليومية، لأنها عبارة عن أمور يكتسبها الإنسان بالتعلم من مجتمعه، وهي تمثل التراث الاجتماعي الذي يتراكم على مر العصور مما يمنحها خاصية المرجعية.
- استمرارية الثقافة: فالأنساق الثقافية والملاح خاصة العادات والتقاليد والخرافات والأساطير تتمتع بالقدرة على الانتقال عبر الزمن.
- الثقافة متغيرة: تمتاز الثقافة بأنها ثابتة في عناصرها العامة، ومع ذلك فهي عرضة للتغيير وطالما أن الثقافة جزء من ظواهر الكون، ويخضع الكون بجميع ظواهره للتغيير فما ينطبق على الكل ينطبق على جزء ويصيب التغيير الثقافي كافة عناصر الثقافة المادية وغير المادية.
- الثقافة متناسقة: بمعنى تتوازن توازنا متحركًا خلال الزمن باستمرار، فإذا حدث تغيير في عنصر من عناصر الثقافة أدى هذا التغيير في العناصر الأخرى.
- القابلية للتناقل والانتشار: فالإنسان يستطيع أن ينقل ما اكتسبه أو تعلمه من عادات أو طرق للفكر والسلوك إلى غيره.

<sup>1</sup> - عيساوي وهيبية. المرجع السابق، ص 10.

تصنيفات الثقافة:

حلل بعض العلماء الثقافة إلى عناصر جزئية، وأشاروا إلى العلاقات الوظيفية بين هذه العناصر، وكان أول ما اتجهت إليه أنظارهم تقسيما إلى عنصرين متميزين، هما الثقافة المادية وهي الملموسة والمنظورة، والثقافة اللامادية المعنوية وهي الثقافة الضمنية أو المتضمنة.

- الثقافة المادية: تعتبر الماديات إحدى الجوانب الهامة في مكونات الثقافة، وهي المنتجات الإنسانية التي يمكن أن نختبرها بالحواس، وحياتنا مليئة بألوان شتى من الجوانب البسيطة والمعقدة في الثقافة المادية. وتتمثل الثقافة المادية في الرمح، الأثاث، أواني الطهي، قلم الرصاص، السيارات، الأدوية. وتنتج هذه الماديات عن العقل الإنساني.<sup>1</sup>

- الثقافة اللامادية: تعتبر من أهم أركان الثقافة، ويقصد بالضمنية المظهر التجريدي، وهي تنقسم إلى عنصرين هما: الأفكار والمعايير، وقد تبدو في الآمال والمشاعر والتقاليد وفي المعرفة والأفكار والمعتقدات وهي تشمل مقدمات الأفعال مثل التصافح بالأيدي، قيادة السيارة على الجانب الأيمن أو الأيسر وتحية العلم. إن الثقافة اللامادية تشمل أنماط السلوك التي تتمثل في العادات والتقاليد والتي تعبر عن المثل والقيم والأفكار والمعتقدات، وكذلك الكلمات التي يستعملها الإنسان.

ويمكن تصنيف الثقافة إلى ثلاثة أصناف هي:

- ثقافة المجتمع العامة: وتتضمن القيم، المعتقدات، العادات، التنشئة، اللغة، التعليم.

- الثقافة السياسية: وتتضمن طبيعة السلطة، الحرية، المساواة، الثقة.

<sup>1</sup> - قوجيل هاجر. أثر ثقافة المنظمة على الانتماء التنظيمي: دراسة ميدانية بالمؤسسة الاقتصادية عمر بن عمر قالمة، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8ماي 1945، الجزائر، 2016/2015، ص42.

- الثقافة التنظيمية: وتتضمن أسلوب تنظيم العمل، طبيعة القيادة، نظام الاتصال والتقويم والمكافآت وما إلى ذلك.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: مفهوم الأمن

لقد حظي مفهوم الأمن العديد من المجالات والتخصصات لذلك تعددت تعاريفه وسنستعرض بعضا منها:

عرف بوث و وويلر الأمن أنه: " عملية التحرر من الخوف والحاجة بحيث لا يمكن للأفراد والمجموعات تحقيق الأمن المستقر إلا إذا امتنعوا عن حرمان الآخرين منه، ويتحقق ذلك إذا نظر إلى الأمن على انه عملية تحرر ".<sup>2</sup>

كما اعتبر وولفرز بأن: " الأمن موضوعيا يرتبط بغياب التهديدات ضد القيم المركزية، وبمعنى ذاتي هو غياب الخوف من أن تكون تلك القيم محل هجوم ".<sup>3</sup>

واعتبر ارنولد وولفرز أن الأمن من وجهة النظر الموضوعية عدم وجود تهديد للقيم المكتسبة، أما من وجهة النظر الذاتية فيعني عدم وجود مخاوف من تعرض هذه القيم للخطر ".<sup>4</sup>

وعرفه علماء الاجتماع بأنه: " قدرة الأمة على حماية قيمها الذاتية من الأخطار الخارجية، وبغض النظر عن الشكل الذي تتخذه تلك التهديدات الخارجية، وأن الأمن لا يعني فقط رغبة الدولة في البقاء بل رغبتها أيضا في العيش بدون التهديدات الخارجية ".<sup>5</sup>

يرى هنري كيسنجر وزير الخارجية الأسبق أن الأمن يعني: "أي تصرفات يسعى المجتمع عن طريقها إلى حفظ حقه في البقاء".<sup>6</sup>

<sup>1</sup> -توجيهل هاجر . المرجع السابق، ص46.

<sup>2</sup> - ظريف شاكر، معاوي وفاء. الشراكة المجتمعية كآلية لترسيخ الثقافة الأمنية في الدول العربية: الواقع والآفاق، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد05، جامعة المسيلة، الجزائر، ص181.

ويرى روبرت ماكنمارا وزير الدفاع الأمريكي السابق، وأحد مفكري الاستراتيجية البارزين في كتابه جوهر الأمن: "الأمن يعني التطور والتنمية سواء منها الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية في ظل حماية مضمونة".

وهناك من يعرف الأمن على أنه: "الدفاع ضد أي عدوان على مكتسبات المجتمع وهو قدرة الدولة على استخدام القوة، وقدرتها على توظيف سياستها وإدارتها للحفاظ على أهداف قومية".<sup>1</sup>

وبذلك يمكن أن نعرف الأمن بأنه مجموعة الأسس والمرتكزات التي تحفظ للدولة تماسكها واستقرارها وتكفل لها القدرة على تحقيق قدر من الثبات والاستقرار في مواجهة المشكلات التي تعترضها ليس فقط في مجال الأمن والسلامة العامة، وإنما أيضا في مختلف مناحي الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والغذائية والصحية والثقافية وغيرها من المقومات الأساسية التي تقوم عليها الدولة وتمكنها من تحمل مسؤوليتها تجاه مواطنيها وتجاه المجتمع الدولي الذي ينتمي إليه.

#### المطلب الرابع: أبعاد الأمن

لأمن ثلاثة أبعاد تشكل منظومة الأمن وتتحقق من خلال مستويات متعددة:

فالمستوى الأول: يتعلق بأمن الإنسان عى الضرورات الخمس المتمثلة في أمنه على دينه ونفسه وعقله وماله وعرضه إضافة إلى حاجياته الضرورية والكمالية الأخرى فهذا الأمن يتطلب معالجة مشكلات البطالة والفقر والحريات الأساسية.

المستوى الثاني: يتعلق بالأمن الاجتماعي، ويتحدد في تجنب الظلم والعنف والإرهاب وتجنب التآمر والفساد والحد من الجريمة ولاشك أن افتقار الدولة للأمن الاجتماعي يعد أقوى العوامل المخلة بالأمن الوطني وفقا لمفهومه الشامل.

<sup>1</sup> - حمراني أمينة. الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2010/2009، ص22-23.

المستوى الثالث: يرتبط بالأمن الخارجي ويتحدد من خلال مقاومة الانحراف الفكري والغزو العسكري والاقتصادي ومن الملاحظ أن هذه الأبعاد والمستويات متداخلة ومتراصة ببعضها البعض سواء على المستوى الفردي أو الوطني والقومي أو الدولي كمنظومة واحدة.

وقد ذهب الكثير من المختصين للقول بأن الأمن الشامل يثوم على أبعاد رئيسية، وهي على النحو التالي:

- 1- البعد الوقائي: الذي يتحقق من خلال إجراءات الوقاية من الجريمة، والأخطار الاجتماعية والطبيعية والصناعية وغيرها التي تهدد أمن المجتمع.
- 2- البعد القيمي: ويتحقق من خلال كفالة سيادة القانون واحترام أنظمتها واحترام قيم المجتمع.
- 3- البعد الاجتماعي: من خلال قيام جهاز الأمن بالتوفيق بين سلوك الفرد وقيم ومثل المجتمع.<sup>1</sup>
- 4- البعد الإنساني: ويتمثل في الخدمات التي يقوم بها جهاز الأمن لتخفيف معاناة الإنسان.
- 5- البعد الحضاري: ويتمثل في سلوك الجميع من خلال الممارسة العملية لقيم المواطنة لتحقيق التنمية الشاملة لصالح الجميع، على اعتبار أن الأمن هو البيئة الحاضنة لجهود التطور والتنمية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> -ريما محمد سعد الدين الهباش. دور معلمي التعليم الثانوي في تنمية القيم الأمنية لدى طلبتهم وعلاقته باتجاهاتهم الوطنية، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة الأزهر غزة، فلسطين، 2015، ص21.

<sup>2</sup> -ريما محمد سعد الدين الهباش. المرجع السابق، ص21.

المبحث الثاني: ماهية الثقافة الأمنية

المطلب الأول: مفهوم الثقافة الأمنية

يعرفها العديد من العلماء المعاصرين على أنها: " عملية تعليم وتعلم المفاهيم الأمنية والخبرات اللازمة للمواطنين، لتحقيق الأمن الوطني، وحماية الموارد الطبيعية، ومقاومة الرذيلة والأمراض الاجتماعية، وهي عملة ذات وجهين: تربية أمنية للشرطة والمواطنين على حد سواء، تجعل الشرطي والمواطن رجلاً أمنياً".

عرف عبد العزيز الثقافة الأمنية بأنها: " القيم والأخلاق الرفيعة والمعارف العامة والمعلومات الأمنية التي لها صلة بعمل رجال الأمن".

وعرف المالكي أيضاً بأنها: " مجموعة العلوم والمعارف والمهارات التعليمية والتدريبية والتقنية، التي لا بد لرجال الأمن أن يتسلح بها عن طريق الالتحاق بالمؤسسات الأمنية لتنمية مداركه اللازمة في مختلف القطاعات والوحدات والأقسام الأمنية".<sup>1</sup>

الثقافة الأمنية هي: " اتجاه يعكس تصور الفرد لأهمية سيادة الأمن على المواقف الاجتماعية والظروف المحيطة به في المجتمع".

وتعرف كذلك بأنها: " عبارة عن معارف وإجراءات تنظيمية صادرة من الأجهزة المسؤولة عن الأمن والتي تطبق من أجل المحافظة على الإنسان وما يتعلق به من ممتلكات وما يحيط به من بيئة".<sup>2</sup>

وتعرف أيضاً بأنها: " عبارة عن مواد وبرامج تهدف إلى تبصير الناس بواجبها نحو إجراءات التأمين والحماية اللازمة للأرواح والممتلكات حتى لا تكون فريسة سهلة أمام ذوي النشاط الإجرامي ما يساعد على الوقاية من الجريمة والانحراف".

<sup>1</sup> - مرنيش أونيسة. الثقافة الأمنية، مجلة أفاق للعلوم، العدد 06، جامعة الجلفة، الجزائر، 2017، ص 343.

<sup>2</sup> - ممدوح خليفة السبيلة. تصور استراتيجي لنشر الثقافة الأمنية في المجتمع السعودي: دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة والإعلام بشرطة الحدود الشمالية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإستراتيجية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2015، ص 6.

وتتضمن الثقافة الوعي والحس الأمني ويقصد به وعي المواطن بحقوقه وواجباته القانونية وإدراكه لخصائص العالم الخارجي ولنفسه باعتباره عضواً في جماعته مما يساعد في دعم الجهات الأمنية للتصدي للجريمة بأنواعها من خلال عمليات الوقاية ومنع الجريمة واكتشاف ما يقع عنها.<sup>1</sup>

كما أن هناك مفاهيم تتداخل مع مفهوم الثقافة الأمنية وتحمل نفس المعنى وعلينا أن نقوم بإيضاحها ونذكر على سبيل المثال:

- مفهوم التوعية الأمنية: يمكن أن نعرف التوعية الأمنية بأنها الجهود المبذولة من الجهات الأمنية المختصة والجهات الأخرى ذات العلاقة ضمن خطة عامة لرفع مستويات الفهم والإدراك للأبعاد والمفاهيم والمخاطر والسلوكيات المشروعة وغير المشروعة الواجبة والمتاحة والمنوعة في مجالات الأمن والسلامة العامة والخاصة، بهدف تقليل المخاطر والتهديدات الداخلية والخارجية التي يمكن أن يتعرض لها أفراد المجتمع والدولة ودعم جهود مؤسسات الأمن الوطني في أداء مهامها ووظائفها والتعاون معها والتكامل مع جهودها.<sup>2</sup>

والتوعية الأمنية هي العملية التي تهدف إلى نشر المعارف والحقائق، بقصد تغيير أو تعديل أو تثبيت اتجاهات الفرد أو الجماعة نحو حدث من الأحداث أو ظاهرة من الظواهر ومن مساعدتهم على التفاعل معها بموضوعية وفي الوقت نفسه تقوم بتوجيههم إلى أنسب أساليب الوقاية من التحديات المحيطة بهم والتقليل من أثارها المحتملة.

- مفهوم التربية الأمنية: هي تدريب الطالب على التمسك بالنظام بوجه عام في مختلف نواحي حياته ودراسته، وذلك بغرس المبادئ التي تساعد على حمل قدر وافر من الانضباط الذي يسهم إلى حد كبير في تشكيل سلوكه نحو الآخرين والتزمه باحترام حرياتهم وأداء حقوقهم.

<sup>1</sup> - ممدوح خليفة السبيبة. المرجع السابق، ص 27.

<sup>2</sup> - بن عامر وسبيبة، بركات نوال. دور وسائل الإعلام في دعم ونشر الثقافة الأمنية والتصدي للجريمة في المجتمع، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 05، جامعة المسيلة الجزائر، ص 154.

ويعرفها زهران بأنها: " تعليم وتعلم المفاهيم الأمنية والخبرات اللازمة للمواطنين وتجعل الشرطي والمواطن رجلاً أمن".<sup>1</sup>

- مفهوم الحس الأمني: هو عملية مزدوجة حيث يجمع بين العناصر ذات الطبيعة الذاتية والموضوعية في آن معا. مما يميز الحس الأمني عن وسائل الإحساس الوجداني المجرد كالحس والتخمين، وكذلك يميزه عن وسائل الإدراك المجردة كالتفكير والتحليل والإحصاء.

الحس الأمني توقع وتنبؤ بخطر إجرامي حال أو مستقبل حيث يتميز بقدرته على جعل الإنسان يتوقع العمل الإجرامي، والتنبؤ بحدوثه، ومن ثم يتخذ الإجراءات التي تكفل منع وقوعه، أو على الأقل الحيلولة دون استفحال آثاره، أو الإسراع في ضبط مرتكبيه.

الحس الأمني يهدف إلى مواجهة خطر إجرامي وذلك بمنع حدوثه، أو بالضبط الجناة والتقليل من ضرره بعد وقوعه.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: خصائص ووظائف الثقافة الأمنية

#### خصائص الثقافة الأمنية

تستمد الثقافة الأمنية خصائصها من خصائص الثقافة العامة بما يتلاءم مع محتواها الأمني، ويمكن إبراز الخصائص فيما يلي:

- الثقافة الأمنية عملية إنسانية: فهذه الثقافة من صنع الإنسان ويشترك فيها جميع أفراد المجتمع بأشكال مختلفة، فهي تتشكل من المعارف والقيم والمهارات والأفكار الأمنية التي تتكون لدى أفراد المجتمع من خلال تفاعلهم مع بعضهم ومع الظروف المحيطة بهم.

<sup>1</sup> - فهد بن سلطان السلطان. التربية الأمنية وإمكانية تطبيقها في المؤسسات التعليمية: دراسة ميدانية على معلمي المدارس الثانوية ومشرفيها ومديريها، مركز البحوث التربوية، جامعة الملك سعود، السعودية، 2009، ص8.

<sup>2</sup> - تركي بن عبد الحميد المويشير. أهمية الحس الأمني لضباط الأمن: دراسة تطبيقية على ضباط الأمن العاملين بشرطة منطقة الجوف، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2004، ص33.

- الثقافة الأمنية مكتسبة: من خلال تفاعل أفراد المجتمع مع بعضهم البعض وتبادلهم القيم والآراء والخبرات والمعارف، ومن خلال ما تقوم به مؤسسات المجتمع الأمنية والمدنية من جهود لغرس وتنمية هذه الثقافة بين أفراد المجتمع عن استخدام كافة الوسائط المتاحة بما فيها وسائط التربية والتعليم، لتحقيق الأمن للفرد والمجتمع على حد سواء.<sup>1</sup>

- الثقافة الأمنية عملية مستمرة: تتسم الثقافة الأمنية خاصة الاستمرار فالسمات الثقافية تحتفظ بكيانها لأجيال عدة بالرغم مما تتعرض لها المجتمعات من تغيرات مفاجئة أو تدريجية والثقافة الأمنية مستمرة من خلال توارث الأجيال وتعاقبها، حيث يعمل كل جيل على تسليمها للأجيال اللاحقة، ويساعد على استمرارها وإشباعها لغريزة الحاجة إلى الأمن لدى الأفراد، وهذا الإشباع يدعم استمرار القيم والمعارف والمهارات والمبادئ والأفكار والأنماط السلوكية المتعلقة بالأمن.

- الثقافة الأمنية عملية متراكمة: يترتب على استمرار الثقافة تراكم السمات الثقافية خلال فترات طويلة من الزمن، وتعد وتشابك العناصر الثقافية المكونة لها، وانتقال الأنماط الثقافية بين الأوساط الاجتماعية المختلفة والثقافة الأمنية عملية متراكمة حيث تزداد مكوناتها من خلال ما تضيفه الأجيال لها من عناصر وخصائص، وطرق انتظام وتفاعل هذه العناصر والخصائص.

- الثقافة الأمنية عملية انتقائية: إن تراكم الخبرات الإنسانية أدى إلى تزايد السمات الثقافية والعناصر المكونة لها بصورة متعددة ومختلفة تعجز معها الأجيال البشرية عن الاحتفاظ بالثقافة في ذاكرتها كاملة مما جعل الأجيال تقوم بعمليات انتقائية من هذه العناصر الثقافية بما يحقق إشباع حاجاته وتكيفه مع البيئة الاجتماعية والطبيعية المحيطة بها والثقافة الأمنية عملية انتقائية من خلال ما يقوم به الأفراد من انتقاء لعناصرها بحسب الأوضاع الأمنية السائدة في المناطق المختلفة، وبحسب نوعية الأخطار المحيطة بهم.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - مرنيش أونيسة. مرجع سبق ذكره، ص 344.

<sup>2</sup> - مرنيش أونيسة. مرجع سبق ذكره، ص 345.

- الثقافة الأمنية عملية قابلة للانتشار: تنتقل العناصر الثقافية بطريقة واعية داخل الثقافة نفسها من جزء إلى جزء آخر، ومن ثقافة مجتمع إلى ثقافة مجتمع آخر ويتم هذا الانتشار عن طريق احتكاك أفراد المجتمع الواحد مع بعضهم البعض، أو عن طريق احتكاك المجتمعات مع بعضها، ويكون هذا الانتشار فعالاً عندما تحقق العناصر الثقافية فائدة للمجتمع، وحينما تلقى قبولا من أفرادها لقدرتها على حل مشكلاتهم وإشباع حاجاتهم، وبذلك فإن عناصر الثقافة الأمنية تنتشر بشكل سريع وفعال بين الأفراد والمجتمعات وذلك لأنها تشبع غريزة الحاجة إلى الأمن لديهم وتحل مشكلاتهم المتعلقة بالخوف وعدم الطمأنينة للأوضاع الأمنية المحيطة بهم.

- الثقافة الأمنية عملية متغيرة: إن من أهم خصائص وسمات الثقافة الأمنية التغير والتطور والاكتمال والإضافة، وذلك بفعل تغير الأزمان والجيال وبفعل التقاء الثقافات مع بعضها البعض من خلال أفراد المجتمع المختلفين ثقافياً، فالثقافة الأمنية في تغير مستمر حيث تدخل عليها ملامح جديدة وتزول بعض الملامح القديمة.

- الثقافة الأمنية نظام متكامل: حيث تتجه باستمرار إلى خلق الانسجام بين عناصرها المتعددة، ومن ثم فإن أي تغير يحدث في أحد جوانب نمط الحياة لا ينعكس أثره على باقي مكونات النمط الثقافي.

### وظائف الثقافة الأمنية:

تكمن وظائف الثقافة الأمنية فيما يلي:

- الإسهام في عملية الضبط الذاتي: فالضبط الاجتماعي هو قوة ضابطة يمارسها المجتمع على أفرادها لحماية مقوماته والحفاظ على قيمه ومواصفاته، ويقاوم بها كل ما يتعرض له من انحراف سلوكي أو فعل إجرامي من خلال أعرافه وتقاليدته على المستوى الرمزي وأجهزته المادية الضابطة على المستوى الفعلي.

- الإسهام في الأمن الوقائي: وتكمن في تربية الفرد على مبدأ اتخاذ الاحتياطات الأمنية الواقية من الجريمة والانحراف وكذا تربيته على احترام الأنظمة والتقيدها، فالوقاية كما

يقال: "درهم وقاية خير من قنطار علاج"، وعليه فهي تسعى لإبعاد الفرد على البيئة الاجتماعية الدافعة للإخلال بالأمن ومخالفة القوانين الأمنية.<sup>1</sup>

- الإسهام في أعمال ضبط الجرائم والمخالفات الأمنية: وذلك من خلال تكوين وعي أمني لدى الأفراد ليساهموا في إنجاح دور رجال الأمن في ضبط كل ما يعكر الأمن الاجتماعي، وهو ما يتطلب دقة المعلومات وصحتها وسرعة وصولها للأجهزة الأمنية لتتمكن من ضبط المخالفات الأمنية والجرائم، وينبغي على الفرد أن يعرف طبيعة مساعدته لرجال الأمن والتي تتمثل في:

أ- الإبلاغ عن الحوادث الأمنية بالسرعة الممكنة.

ب- الإدلاء بالشهادة المطلوبة وعدم إخفاء أي معلومة تفيد في ضبط المخالفات الأمنية.

ج- عدم التستر على من له علاقة بإخلال الأمن فالتستر نفسه هو جزء من إخلال الأمن.

د- تسهيل عمل الجهات الرسمية المكلفة بضبط المخالفات وعدم إعاقة عمل تلك الجهود.

هـ- التقيد بالتعليمات والأنظمة الأمنية حتى لا يحدث تجاوز من قبل الأفراد في هذا الجانب.

- الإسهام في عملية الإصلاح السلوكي: تساهم الثقافة الأمنية في إصلاح سلوك من يتسمون بسلوك لا يتسق مع المعايير الأخلاقية والاجتماعية السائدة، من خلال التوجيه، التشجيع والعقاب، وعملياتي التوجيه والعقاب والإرشاد ليست هدفا بحد ذاته بقدر ماهي وسيلة لإصلاح الفرد الجانح وضبط لسلوكه.<sup>2</sup>

- الإسهام في عملية الوحدة الاجتماعية بين مواطني الدولة: تتمثل الوحدة بين أبناء المجتمع عاملا مهما لتماسكه وتوافقه، وأن خلل الوحدة الاجتماعية يشكل خلل بالأمن

<sup>1</sup> - عبد الله بن محمد العمري. دور الثقافة الأمنية في الوقاية من الفكر المتطرف في المجتمع السعودي: دراسة مسحية على أعضاء الهيئة العلمية بمركز محمد بن نايف، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2014، ص45.

<sup>2</sup> - عبد الله بن محمد العمري، المرجع السابق، ص46.

الاجتماعي والوطني، ولذلك فإن الثقافة الأمنية تعد الأفراد ليكونوا عوناً في تحقيق ذلك، وتربيتهم على تجسيد معني الوحدة والاتفاق وتربيتهم على المحافظة على استقرار المجتمع.

\*لكن عبد الله الصعيدي يشير في كتاباته على أن الثقافة الأمنية وظيفتين رئيسيتين هما:

أ- التنشئة الاجتماعية الأمنية للفرد: والتي تتمثل من خلال التعريف بالسلوكيات المقبولة والغير مقبولة اجتماعياً وتعريفه بالأعراف القانونية والاجتماعية وبنوعية العلاقات السائدة في المجتمع.

ب- الضبط والتحكم: حيث تعمل الثقافة الأمنية على توجيه الأفراد من خلال المواد المكتوبة والغير المكتوبة التي توضح للفرد الخطوط التي عليه إتباعها في سلوكه مما يشكل ضبطاً داخلياً لدى الفرد.

المطلب الثالث: الأساليب المعتمدة لتنمية الثقافة الأمنية

ويمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- 1- تشجيع وتحفيز الأفراد على المشاركة مع رجال الأمن، وذلك عن طريق تنفيذ حملات دعائية للتعاون وهو ما يعرف بالشراكة المجتمعية.
- 2- التشجيع على احترام القوانين والأنظمة واللوائح الصادرة من السلطات.
- 3- ترسيخ فكرة أن الجريمة هي مسؤولية المجتمع كله، وإن إسهام كل فرد وكل مجموعة في الحيلولة دون تعرض المجتمع لأخطار الجريمة يعد ضرورة لصيانة المجتمع.
- 4- عقد ندوات يشارك بها رجال الأمن ويلتقون مع أفراد المجتمع حتى يزوب الحاجز النفسي بينهما.
- 5- تدريس بعض المواد الأمنية في المؤسسات التعليمية والتربوية والتكوينية التي تكسب أفراد المجتمع ثقافة قانونية ونظامية.

6-تعميم الثقافة الأمنية وذلك عن طريق إلقاء ضباط المؤسسات الأمنية المؤهلين بصفة دورية بعض المحاضرات ذات الصلة بالثقافة الأمنية والقوانين ومستجداتها، وما يجب أن تكون عليه علاقة الفرد مع المؤسسات الأمنية.

7-توعية الفرد بأساليب الجديدة لمواجهة النشاط الإجرامي.

8-توعية الأفراد بأساليب المعاصرة التي يعتمدونها المنحرفين والمجرمين في ارتكاب الجرائم المختلفة.

9-تعزيز مفهوم الشرطة الجوارية أو ما يعرف بالشرطة المجتمعية وتأكيد مبدأ الشراكة الاجتماعية تحمل شعار (الأمن مسؤولية الجميع والمواطن هو رجل الأمن الأول).<sup>1</sup>

#### المطلب الرابع: أهمية الثقافة الأمنية

تتمثل أهمية الثقافة الأمنية بعدة أمور، وهي حسب ما يلي:

-الفهم العميق لمختلف جوانب القضايا الأمنية والمشكلات المرتبطة بها من قبل الجمهور والتعامل معها بإيجابية.

-معرفة الأسباب المؤدية للمشكلات الأمنية والعمل على معالجتها.

-معرفة الأسباب المؤدية إلى الجرائم والأضرار الناتجة عنها والتدابير والوقائية منها وكيفية التعامل معها.

-معرفة الجمهور بخدمات الشرطة وبالرسالة الأمنية وبالجهود المضنية التي تقدمها الشرطة في سبيل تحقيق الأمن والاستقرار بالتعاون مع الشرطة.

-معرفة الدور الإيجابي للجمهور في التعاون مع الشرطة من قبل الجمهور والشرطة ومعرفة طرق وأساليب ووسائل التعاون.

<sup>1</sup> - مرنيش أونيسة. مرجع سبق ذكره، ص 346.

- تنمية الحس الأمني لدى الجمهور والشرطة والقدرة على توقع الأحداث الإجرامية ومظاهر الانحراف والاستعداد للتصدي لها ومنع حدوثها من قبل الجمهور والشرطة.

- معرفة القوانين والخطط والإجراءات الأمنية والتعامل معها بإيجابية.

- إنماء السلوك الاجتماعي العام للاهتمام بالأمن والسكينة، ويتمثل ذلك بحملات إعلامية تهدف إلى توعية المواطنين وتبصيرهم بواجبهم حيال الأمن العام وإرشادهم إلى أقوم السبل التي يتعين عليهم انتهاجها لحماية أرواحهم وأموالهم من أخطار الجريمة، وأخطار الجهل بسبل السلامة.

- تعديل اتجاهات متلقي الرسالة الإعلامية عن طريق برامج توعية أمنية مخططة، قوية وفاعلة، تعتمد عليها المجتمعات في مواجهة الظواهر الإجرامية والإفناع بالسلوك الأمني.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - ممدوح خليفة السبيبة. مرجع سبق ذكره، ص ص 28 - 29.

### خلاصة الفصل

الثقافة الأمنية هي ركيزة أساسية يحتاجها الفرد والمجتمع وتستند إليها حياة البشرية للشعور بالأمن والاطمئنان، كما تلعب دور كبير في تحصين الأفراد من شبكات ومن كل السلوكيات الغير أخلاقية وتعمل على تقوية اتجاهات الأفراد وقيمهم الأخلاقية، كما تعتمد على أساليب الحوار والمناقشة والمشاركة وكسب الثقة والاطمئنان للأجهزة الأمنية مما يعزز تفاعل الأفراد ويدعم مشاركتهم بصفة فعالة.

# الإطار التطبيقي

## تمهيد

تعتبر الدراسة الميدانية مكملة للدراسة النظرية في إجراء البحوث العلمية، حيث تساعد الباحث في الوصول إلى نتائج وحقائق، تفسر وتوضح وتكشف عن تساؤلات وفرضيات البحث، وبالتالي تبين صحتها أو خطأها لذا سنعرض البيانات التي تضمنتها الاستمارات والتعليق عليها وتحليلها وتفسيرها، لنخلص في الختام إلى نتائج الدراسة التي نستسقيها من اختيارات المبحوثين.

بطاقة فنية عن المديرية العامة للأمن الوطني:

تأسست المديرية العامة للأمن الوطني بمرسوم في الثاني والعشرون جويلية في سنة 1962م، وسلمت المهام لأول مدير عام للأمن الوطني من طرف مندوب النظام العمومي في الهيئة المؤقتة المنشأة وفقا لاتفاقيات إيفيان والمنصبه غداة وقف إطلاق النار في 19 مارس 1962م، بالمنظمة المسماة بالصخرة السوداء (بومرداس).<sup>1</sup>

تنظم الشرطة الجزائرية طبقا للتنظيم الإداري الوطني كما يلي:

- على مستوى الولاية: أمن الولاية.
  - على مستوى الدائرة: أمن الدائرة.
  - على مستوى المناطق الحضرية: الأمن الحضري.
- تصدر الشرطة مجلة دورية تحت اسم مجلة الشرطة.
- المدير العام للأمن الوطني: أونيس خليفة.

الموقع الرسمي للشرطة الجزائرية: <http://www.dgm.dz>

<sup>1</sup> - مسلم نسرين. الإعلام الأمني ودوره في نشر الوعي الثقافي بين أعوان الشرطة: دراسة تحليلية لمجلة الشرطة، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة، الجزائر، 2016/2015، ص107.

بطاقة فنية عن الثانويات:

تعتبر ولاية الأغواط من أقدم ولايات الجزائر المعروفة كمركز للعلم وقد أنشئت أول ثانوية بالولاية هي ثانوية الإمام الغزالي سنة 1980 قام بتدشينها الرئيس الراحل "هواري بومدين" ، ومتواجدة في حي المعمورة وكانت ومزالت من أكثر الثانويات استقطاب للتلاميذ بحكم المركز الأولى في شهادة البكالوريا بالأغواط يقدر عدد التلاميذ فيه لسنة 2020/2019 بـ 831 تلميذ، أما ثانوية عمر دهيئة أنشئت سنة 2014 كتجديد لمتقنة عمر دهيئة متواجدة في حي 800 سكن التي تنتسب لها وقدر عدد تلاميذها بـ 515 تلميذ وهي منشأة على الطراز الحديث في الناحية البيداغوجية، أما ثانوية حمدي قدور أنشئت سنة 2013 المتواجدة بحي المحافير وقدر عدد تلاميذها بـ 476 تلميذ وهي منشأة على الطراز الحديث في الناحية البيداغوجية، حيث تضم هذه الثانويات عدة تخصصات وهي: أداب وفلسفة، علوم طبيعية، لغات أجنبية، رياضيات، تسيير واقتصاد، تقني رياضي.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> - مديرية التربية بولاية الأغواط

عرض النتائج وتحليلها:

جدول 1: يمثل أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
%41.99	76	ذكر
%58.01	105	أنثى
%100	181	المجموع

دائرة نسبية تمثل أفراد العينة حسب متغير الجنس



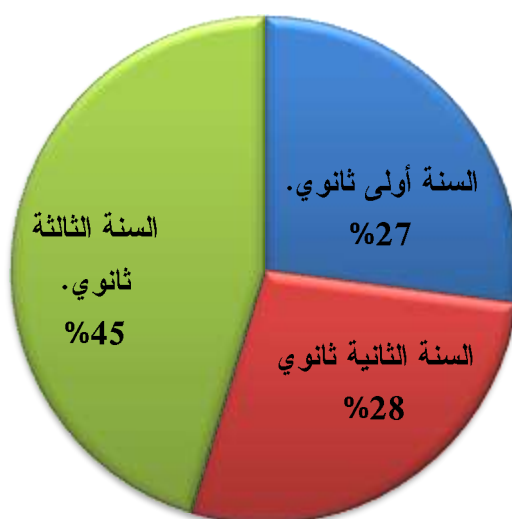
تحليل الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة من جنس أنثى وذلك بنسبة %58.01 فيما وصلت نسبة جنس ذكر إلى %41.99 ونرجئ هذا إلى عاملين أساسيين وهما: نسبة المواليد من جنس أنثى أكثر في المجتمع الجزائري على العموم وداعم الدولة لحقوق المرأة في التعليم عموماً على كل المستويات أما الجزئية الأخرى تعود إلى اهتمام الإناث بالمواضيع الأمنية وهذا يرجع إلى طبيعة المرأة إلى حب الأمن والبحث عن الوسائل والقوانين الجديدة التي تجنبها العنف بشتى أنواعه.

جدول 2: يمثل أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
%27.08	49	سنة أولى ثانوي
%27.62	50	سنة ثانية ثانوي
%45.30	82	سنة ثالثة ثانوي
%100	181	المجموع

دائرة نسبية تمثل أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

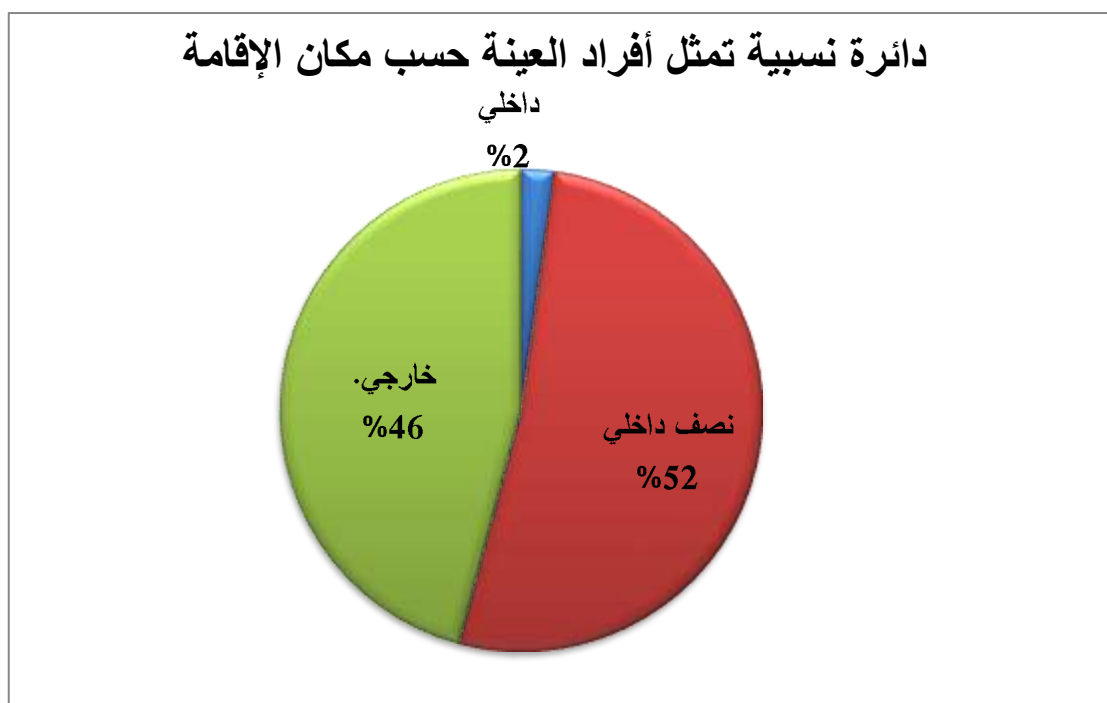


#### تحليل الجدول:

يتضح لنا من خلال الجدول أن السنة الثالثة هي أعلى نسبة والمقدرة بـ %45.30 تليها السنة الثانية الثانوي بـ %27.62 وأخيرا السنة أولى ثانوي المقدرة بـ %27.08 وهذا ما يبرز لنا أن أعلى نسبة الموجودة في الثانويات هي السنة الثالثة ثانوي وهذا يعود حسب ملاحظتنا في الميدان إلى اهتمام المسيرين في الثانويات بتلاميذ الثالثة ثانوي بإخراجهم لحملات مديرية الأمن من أجل التوعية والترفيه على أنفسهم من ضغط البكالوريا وكذلك بحكم المستوى والنضج في الوعي بأهمية هذه المواضيع.

جدول 3: يمثل أفراد العينة حسب مكان الإقامة

النسبة	التكرار	مكان الإقامة
%2.21	04	داخلي
%51.93	94	نصف داخلي
%45.86	83	خارجي
%100	181	المجموع

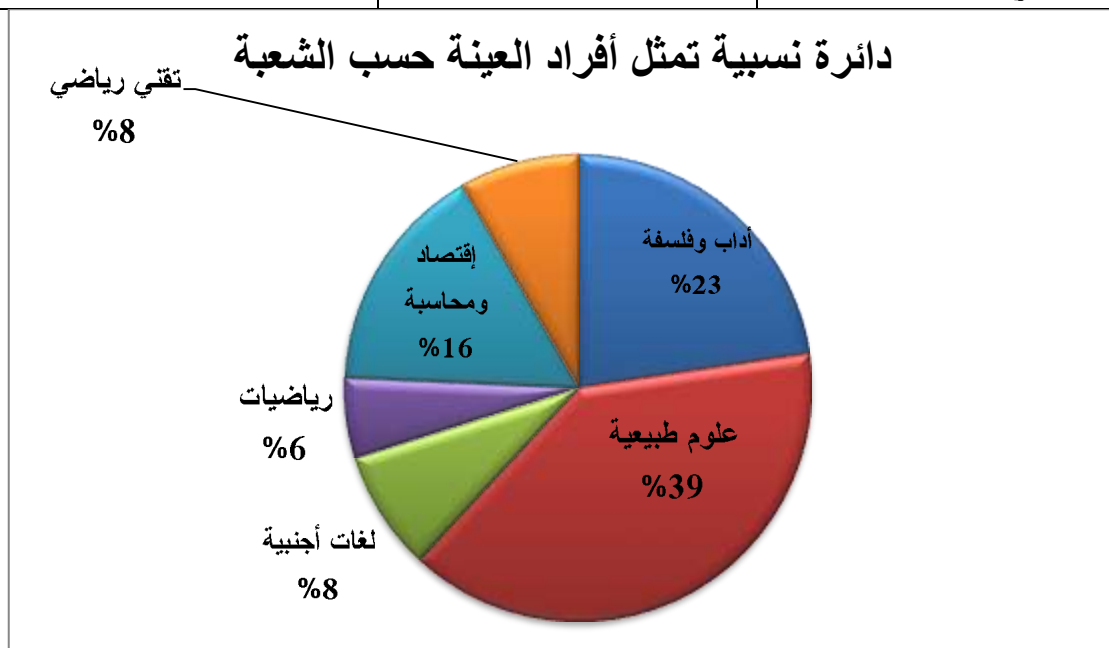


#### تحليل الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن مكان الإقامة نصف داخلي هو أعلى نسبة حيث قدرت بـ %51.93 يليها مكان الإقامة خارجي و قدرت بـ %45.86 أما مكان الإقامة داخلي فتعد نسبة قليلة و قدرت بـ %2.21 و يعود هذا إلى توفر وقرب المؤسسات التعليمية للتلاميذ فلم يعدا هنالك حاجة لبقاء التلاميذ في المؤسسات لأنها قريبة من مساكنهم.

جدول 4: يمثل أفراد العينة حسب الشعبة

النسبة	التكرار	الشعبة
%22.66	41	أداب وفلسفة
%39.23	71	علوم طبيعية
%8.28	15	لغات أجنبية
%5.53	10	رياضيات
%16.02	29	إقتصاد ومحاسبة
%8.28	15	تقني رياضي
%100	181	المجموع



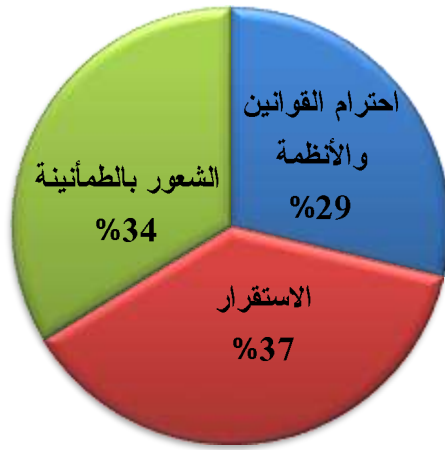
#### تحليل الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن شعبة علوم طبيعية هي أعلى نسبة وقدرت بـ %39.23 تليها شعبة أداب وفلسفة بنسبة %23.66 تليها اقتصاد ومحاسبة بنسبة %16.02 وتليها شعبتي تقني رياضي ولغات أجنبية بنفس النسبة وقدرت بـ %8.28 وأخيرا شعبة رياضيات بنسبة %5.53 ويعود هذا إلى قيمة الشعب العلمية في المجتمع.

جدول 5: يمثل مفهوم الأمن عند أفراد العينة

النسبة	التكرار	مفهوم الأمن
%28.73	52	احترام القوانين والأنظمة
%37.57	68	الاستقرار
%33.70	61	الشعور بالطمأنينة
%100	181	المجموع

دائرة نسبية تمثل مفهوم الأمن عند أفراد العينة



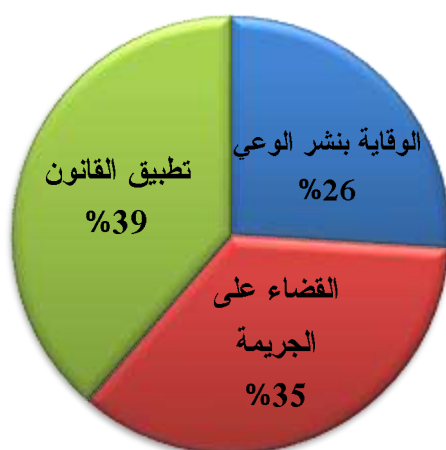
تحليل الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن مفهوم الأمن عند العينة هو الاستقرار حيث قدرت بنسبة %37.57 تليه الشعور بالطمأنينة بنسبة %33.70 وتليه احترام القوانين والأنظمة بنسبة %28.73 وقد يعود هذا لوعي المجتمع الجزائري لحصره لقيمة الأمن كمفهوم استقرار إلى الأحداث التي مرت بها الجزائر من صراعات وأوضاع غير مستقرة وتركيز الألة الإعلامية الجزائرية في السنوات الماضية على أن أهم مكتسبات الجزائر هو الأمن.

جدول 6: يمثل أهمية الأمن عند أفراد العينة

أهمية الأمن	التكرار	النسبة
الوقاية بنشر الوعي	47	%25.97
القضاء على الجريمة	64	%35.36
تطبيق القانون	70	%38.67
المجموع	181	%100

دائرة نسبية تمثل أهمية الأمن عند أفراد العينة



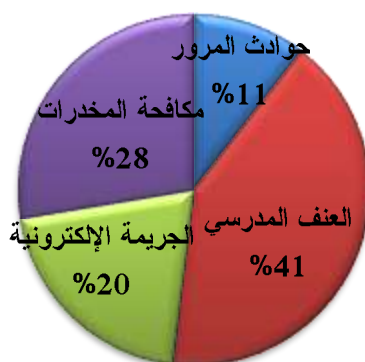
تحليل الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن أهمية الأمن من خلال تطبيق القانون أعلى نسبة وقدرت بـ %38.67 تليها القضاء على الجريمة بنسبة %35.36 تليها الوقاية بنشر الوعي بنسبة %25.97 ونفسر هذا لوعي المجتمع بقيمة الأمن بمفهومه القانوني الذي يرسخ العدالة الاجتماعية والمساواة بين أفراد بقوانين مادية وضعية تحققه في واقع.

جدول 7: يمثل المشاكل الأمنية الأكثر انتشاراً في المدرسة والمجتمع.

النسبة	التكرار	المشاكل الأمنية
%10.50	19	حوادث المرور
%41.44	75	العنف المدرسي
%20.44	37	الجريمة الإلكترونية
%27.62	50	مكافحة المخدرات
%100	181	المجموع

دائرة نسبية تمثل المشاكل الأمنية الأكثر انتشاراً في المدرسة والمجتمع



تحليل الجدول:

يتضح لنا من خلال الجدول أن العنف المدرسي من بين أهم المشاكل الأمنية الأكثر انتشاراً في المدرسة والمجتمع بنسبة %41.44 وهذا يعكس أن تلاميذ الثانويات يتعرضون لهذا نوع من أنواع العنف لقلّة ضوابط الأمن في الثانويات وهذا ما يدفعهم للاطلاع على الحملات الإعلامية التي تحارب هذه الظاهرة وتطرح حلولاً في التعامل معها وهذا من أسباب اهتمام العينة بمؤشر العنف المدرسي بهذا القدر، وتليه مكافحة المخدرات بنسبة %27.62 تليه الجريمة الإلكترونية بنسبة %20.44 وتليه حوادث المرور بنسبة %10.50.

جدول 8: يمثل أسباب انتشار المشاكل الأمنية في المدرسة والمجتمع

المتوسط الحسابي	الرتبة الخامسة	الرتبة الرابعة	الرتبة الثالثة	الرتبة الثانية	الرتبة الأولى	
	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
3.64	13	19	42	53	54	نقص التوعية الأسرية
2.08	67	58	38	10	8	نقص الحملات الإعلامية
2.93	44	34	32	31	40	عدم احترام القوانين
4.03	8	07	27	67	72	ضعف الوازع الديني
2.30	48	62	45	19	07	ضعف المناهج التربوية التي تدرسها

تحليل الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن السبب الأول في انتشار المشاكل الأمنية في المدرسة والمجتمع هو ضعف الوازع الديني بمتوسط حسابي يقدر بـ 4.03 يليه نقص التوعية الأسرية في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدر بـ 3.64، وفي المرتبة الثالثة عدم احترام قوانين المرور بمتوسط حسابي قدر بـ 2.93، أما في المرتبة الرابعة ضعف المناهج التربوية التي يدرسونها بمتوسط حسابي 2.30، وفي المرتبة الأخيرة نقص الحملات الإعلامية بمتوسط حسابي قدر بـ 2.08.

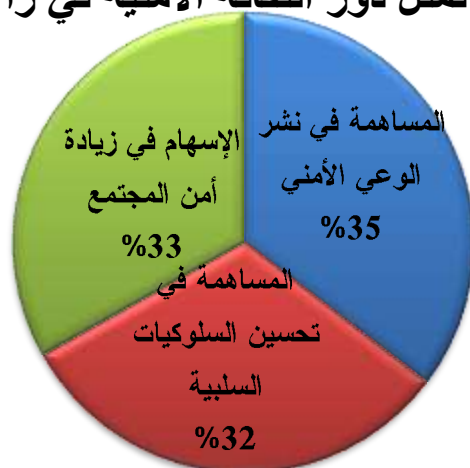
ومن هذا الجدول يمكننا تسليط الضوء على المؤثرات والجوانب الأخرى التي تؤثر في انتشار المشاكل الأمنية في المدرسة والمجتمع ومدى فهم الرسالة التوعوية للحملات

الإعلامية والتأثر بيها وتبنيها فكان من أبرز هذه المؤشرات تأثيراً هو ضعف الوازع الديني ويعود هذا إلى طبيعة بناء مجتمعنا الذي يكون الدين فيه ركيزة من ركائز الأخلاق والقيم فبنقصه يحدث الخلل في التوازن المجتمعي وهذا ينعكس كما هو موضح في الجدول، إلى جانب نقص التوعية الأسرية بما أنها النواة المبدئية لتكوين الفرد ومنطلقاته في فهم مجتمعه فإذا كانت البنية الأساسية تعاني من خلل فهذا أكيد ينعكس على المجتمع بسلب وينتج لنا زيادة في المشاكل الأمنية، وبالتأكيد في بيئة اجتماعية يكون فيها قلة احترام القانون والانتقائية في تطبيقه يربي عند الفرد قلة الالتزام به وعدم احترامه لغياب العدالة، ومما زاد الطينة بلة ضعف المناهج التربوية التي يدرسونها إضافة إلى النقائص في المؤشرات السابقة أكيد كل يسبب تفاقم في المشاكل الأمنية ومن المفترض أن تكون البيئة المدرسية هي آخر خط دفاعي لاحتضان التلميذ، كما أن نقص الحملات الإعلامية زاد من انتشار المشاكل الأمنية، ومن كل هذا الطرح يتضح لنا أن العوامل الاجتماعية لها دور كبير وبارز في مدى انتشار المشاكل الأمنية في المدرسة والمجتمع وهذا ما ينعكس على قابلية التأثر بالحملات الإعلامية وتبني أفكارها وهذا ما يضع مسؤولية على كافة أنساق المجتمع للتكاتف مع حملات مديرية الأمن لتحقيق ثقافة أمنية لدى الأجيال الجديدة.

جدول 9: يمثل دور الثقافة الأمنية في رأي العينة

الاقترحات	التكرار	النسبة
المساهمة في نشر الوعي الأمني	64	35.36%
المساهمة في تحسين السلوكيات السلبية	57	31.50%
الإسهام في زيادة أمن المجتمع	60	33.14%
المجموع	181	100%

دائرة نسبية تمثل دور الثقافة الأمنية في رأي العينة



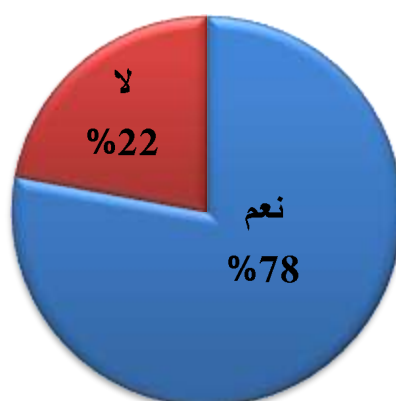
#### تحليل الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن المساهمة في نشر الوعي الأمني لها نسبة كبيرة وقدرت بـ 35.36% وهذا رجع لانتهاج المؤسسات لتوعية بأهمية حفاظ على الأمن بعيدا عن صرامة القانون وقبل الوصول لهذه الدرجة متماشية بالتوازي تقريبا بالنسبة 33.14% بالمساهمة في زيادة أمن المجتمع وهذا ما يدل على ارتباط زيادة الوعي بالثقافة الأمنية في تحقيق الأمن في المجتمع تليها المساهمة في تحسين سلوكيات السلبية وقدرت بـ 31.50%.

جدول 10: يمثل أهمية المواضيع الأمنية في البرنامج الدراسي للتلاميذ

الاقترحات	التكرار	النسبة
نعم	141	%77.90
لا	40	%22.10
المجموع	181	%100

دائرة نسبية تمثل أهمية المواضيع الأمنية في البرنامج الدراسي للتلاميذ



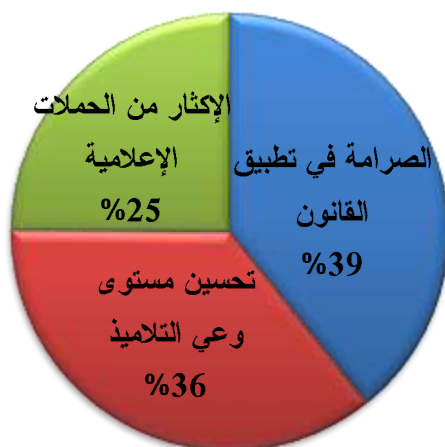
تحليل الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن الوزارة الوصية تخصص في مناهجها الدراسية جزء من المواضيع التي تنتشر الثقافة الأمنية وحققت تفاعل من طرف التلاميذ معها بنسبة نعم بـ %77.90 وهذا يدل على الصياغة والطرح الجيد لهذه المواضيع، في حين يرى نسبة قليلة من التلاميذ أن المواضيع الأمنية لا تلفت انتباههم ببرنامجهم الدراسي حيث قدرت نسبة لا بـ %22.10.

جدول 11: يمثل كيفية معالجة المشاكل الأمنية

النسبة	التكرار	الاقتراحات
39.22%	71	الصرامة في تطبيق القانون
35.91%	65	تحسين مستوى وعي التلاميذ
24.87%	45	الإكثار من الحملات الإعلامية
100%	181	المجموع

دائرة نسبية تمثل كيفية معالجة المشاكل الأمنية



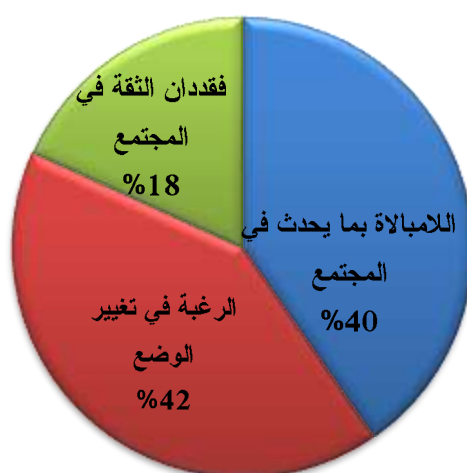
#### تحليل الجدول:

يتضح لنا من خلال الجدول أن رأي التلاميذ في معالجة المشاكل الأمنية الحاصلة يكون عن طريق الصرامة في تطبيق القانون لحل هذه المشاكل بنسبة تقدر بـ 39.22% تليها تحسين مستوى وعي التلاميذ بنسبة 35.91% لتجنب تكرار هذه المشاكل الأمنية وهذا يكون في رأي التلاميذ الإكثار من الحملات الإعلامية بنسبة 24.87%.

جدول 12: يمثل الوعي الأمني في المجتمع

الاقتراحات	التكرار	النسبة
اللامبالاة بما يحدث في المجتمع	73	%40.34
الرغبة في تغيير الوضع	75	%41.43
فقدان الثقة بمجتمعك	33	%18.23
المجموع	181	%100

دائرة نسبية تمثل الوعي الأمني في المجتمع



#### تحليل الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن الرغبة في تغيير الوضع هي أعلى نسبة وقدرت بـ %41.43 وهذا يدل على نمو الوعي الأمني لدى التلاميذ والذي تحول إلى رغبة في التغيير وهذا يدل على أثر قوي لهذه الحملات أما نسبة %40.34 تمثل اللامبالاة في المجتمع فهي تدل على عدم تحقيق الوعي عند شريحة كبيرة من التلاميذ ويدل على عدم فهم الرسالة بسبب الاختلاف في المستوى الدراسي وتليه فقدان الثقة في المجتمع بنسبة %18.23.

جدول 13: يمثل أهمية الحملات لدى أفراد العينة

المتوسط الحسابي	لا أعرف		لا أوافق		أوافق		العبرة
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
2.76	8.84%	16	6.08%	11	85.08%	154	عبارة 1
2.56	18.78%	34	5.52%	10	75.70%	137	عبارة 2
2.61	14.92%	27	8.29%	15	76.79%	139	عبارة 3
2.37	22.65%	41	17.13%	31	60.22%	109	عبارة 4
2.63	11.60%	21	13.26%	24	75.14%	136	عبارة 5
2.46	19.89%	36	13.26%	24	66.85%	121	عبارة 6

تحليل الجدول:

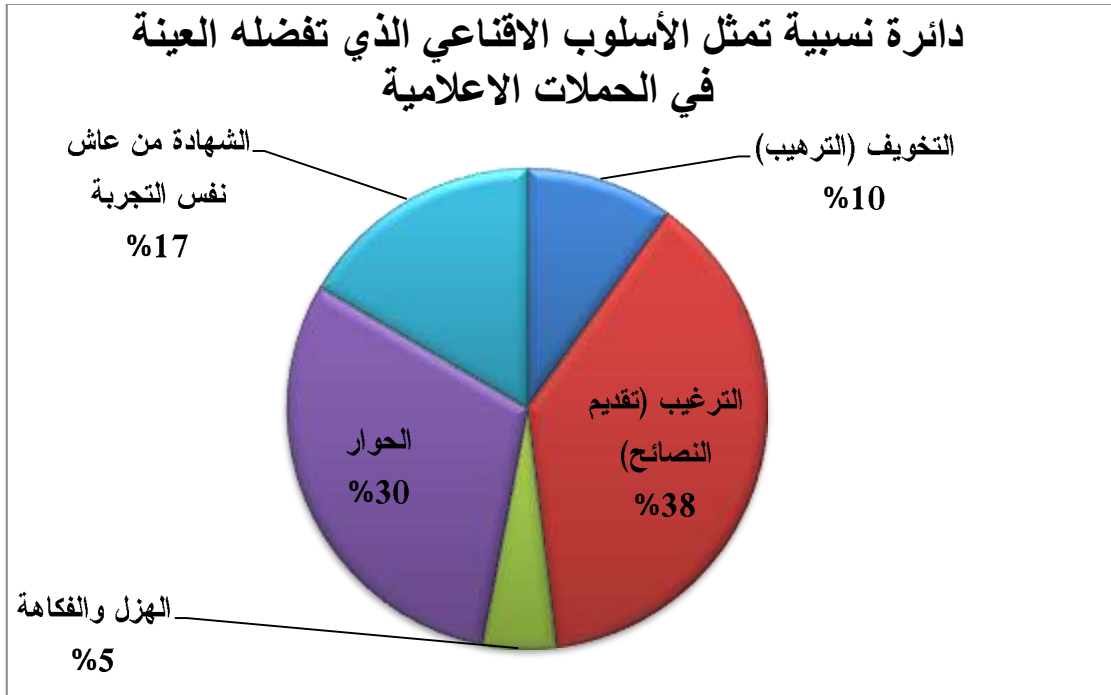
اتضح لنا من خلال الجدول أن العبارة رقم 1 هي ذات المتوسط الحسابي الأعلى بمقدور 2.76، تليه العبارة رقم 5 بمقدور 2.63، والعبارة رقم 3 بمقدور 2.61، وبعده العبارة رقم 2 بمقدور 2.56، وتليه العبارة رقم 6 بمقدور 2.46، وأخيرا العبارة رقم 3 بمقدور 2.37.

وما أبرزه لنا هذا الجدول هو التباين والاختلاف في وجهات النظر الذي انعكس في نسب أوافق و لا أوافق و لا أعرف، فالإجابة التي كانت الأعلى نسبة في كل العبارات هي "أوافق": العبارة رقم 1 بنسبة 85.08%، والعبارة رقم 2 بنسبة 75.70%، والعبارة رقم 3 بنسبة 76.79%، والعبارة رقم 4 بنسبة 60.22%، والعبارة رقم 5 بنسبة 75.14%، والعبارة رقم 6 بنسبة 66.85% ومن أبرز ما وافقة عليه العينة بأنه يمثل أهمية الحملات الإعلامية في دوره الذي يعود بالنفع على المؤسسة التعليمية كما احتوت العبارة رقم 1، وأهميتها كذلك في تحفيز التلاميذ على احترام القانون وقواعد الأمن حسب ما جاء في العبارة رقم 5، وهذا يبين أن وجهات النظر أغلبها تصب في معرفة أهمية الحملات الإعلامية الأمنية ومدى قوة تأثير على المؤسسة التربوية والتلميذ، ومن السلبيات التي

رصدتها دراستنا هو تفاعل نسبة من العينة بـ "لا أوافق" على نفس العبارات وكذلك بعبارة "لا أعرف" بنسب أقل بكثير من عبارة "أوافق" على أهمية الحملات وهذا يدل على وعي كبير في الوسط التعليمي بقيمة الثقافة الأمنية، لكن في نفس الوقت يوضح لنا قصور في جذب التلميذ ذات النظرة السلبية والحيادية لموضوع الأمن وهذا ما يجب تداركه في تصميم الحملات الإعلامية الأمنية والمناهج التربوية لتصحيح المفاهيم المغلوطة عند من أجابوا بـ "لا أوافق" وتحفيز التلاميذ الذين أجابوا بـ "لا أعرف" ليكون لهم دور فعال في فهم موضوعات الثقافة الأمنية ونشرها.

**جدول 14:** يمثل الأسلوب الإقناعي الذي تفضله العينة في الحملات الإعلامية

الاقترحات	التكرار	النسبة
التخويف (الترهيب)	18	9.94%
الترغيب (تقديم النصائح)	69	38.12%
الهزل والفكاهة	9	4.98%
الحوار	55	30.39%
الشهادة من عاش نفس التجربة	30	16.57%
المجموع	181	100%



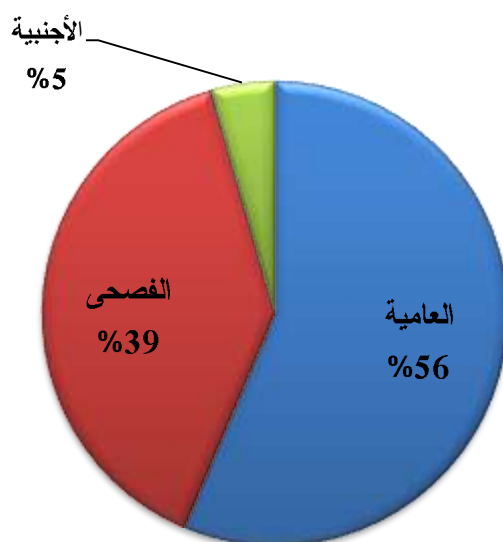
#### تحليل الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن الأسلوب الإقناعي المفضل لدى أفراد العينة هو الترغيب (تقديم النصائح) حيث قدر بـ 38.12% وهذا يدل على مدى قوة تأثير الاستمالات العقلية الترغيبية هي الأقوى تأثير في تبني أفراد العينة للرسالة الإقناعية مع تعزيزها بأسلوب الحوار بنسبة 30.39% الذي يمنح التلاميذ إمكانية طرح انشغالاتهم على المكلفين بالحملة والافتتاح منهم لأن كما نعلم أن أقوى أنواع الاتصال هو الاتصال الشخصي المباشر، ويليه الشهادة من عاش نفس التجربة بنسبة 16.57% ويليه أسلوب التخويف بنسبة 9.94% ويليه أسلوب الهزل والفكاهة بنسبة 4.98%.

جدول 15: يمثل اللغة المستعملة في الحملات

النسبة	التكرار	الاقتراحات
56.35%	102	العامية
39.23%	71	الفصحى
4.42%	8	الأجنبية
100%	181	المجموع

دائرة نسبية تمثل اللغة المستعملة في الحملات



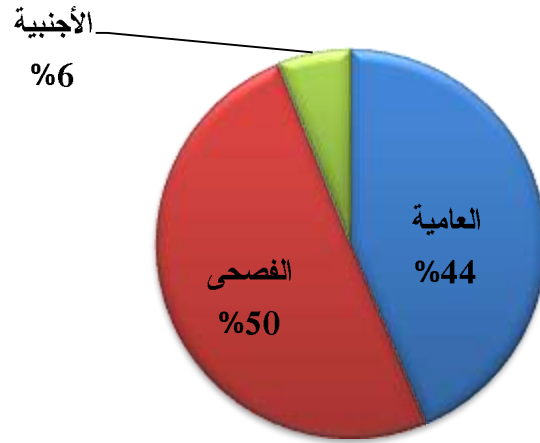
#### تحليل الجدول:

يتضح من خلال الجدول أن اللغة الأكثر استعمالاً هي اللغة العامية حيث قدرت بـ 56.36% وهذا يدل على اهتمام القائمين على الحملات يراعون تنوع الجمهور المستهدف للحملة بمخاطبتهم بأبسط لغة لهم لكي يضمن الاستيعاب على اختلاف المستويات التعليمية، تليه اللغة الفصحى بنسبة 39.23% باعتبارها اللغة الرسمية في المؤسسات الأكاديمية تليها اللغة الأجنبية بنسبة 4.42%.

جدول 16: يمثل اللغة التي يفضلها أفراد العينة في الحملات

الاقترحات	التكرار	النسبة
العامية	79	%43.65
الفصحى	91	%50.28
الأجنبية	11	%6.07
المجموع	181	%100

دائرة نسبية تمثل اللغة التي يفضلها أفراد العينة في الحملات



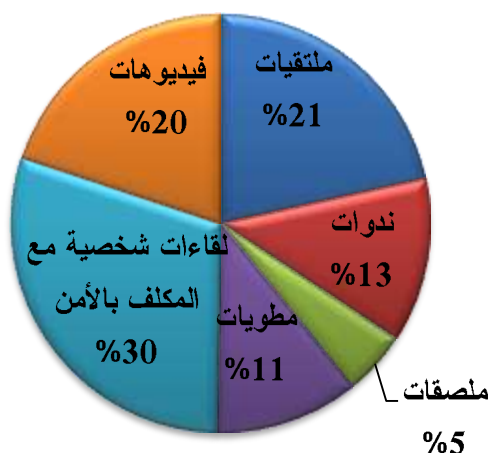
تحليل الجدول:

يتضح لنا أفراد العينة على عكس القائمين بالاتصال يحبذون إلقاء هذه الحملات باللغة الفصحى بنسبة %50.28 وتليها اللغة العامية بنسبة %43.65 وتليها اللغة الأجنبية بنسبة %6.07، وهذا يدل على خلل عند القائمين بتصميم الحملات الإعلامية الأمنية في اختيار اللغة المرغوبة أكثر.

جدول 17: يمثل الوسيلة المفضلة لدى أفراد العينة

الاقتراحات	التكرار	النسبة
ملتقيات	39	%21.55
ندوات	23	%12.71
ملصقات	9	%4.97
مطويات	20	%11.05
لقاءات شخصية مع المكلف بالأمن	54	%29.83
فيديوهات	36	%19.89
المجموع	181	%100

دائرة نسبية تمثل الوسيلة المفضلة لدى أفراد العينة



#### تحليل الجدول:

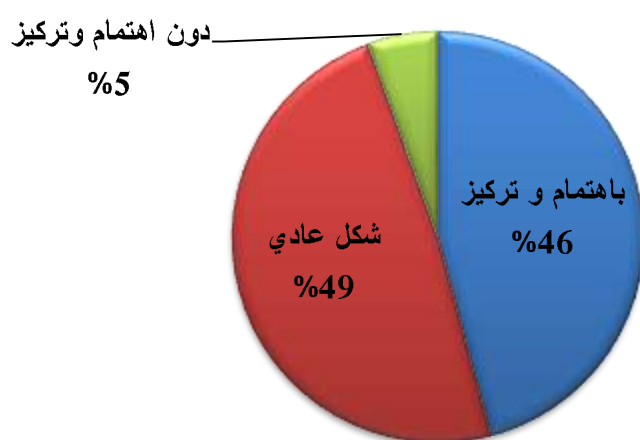
نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد العينة يفضلون لقاءات شخصية مع المكلف بالأمن حيث بلغت نسبتها %29.83 وتعود هذه النسبة إلى موثوقية المعلومات التي يأخذها التلاميذ من المكلف بالأمن باعتباره يمثل مديرية الأمن وكذلك مقابله تمكنهم من الحوار والاستفسار على الأشياء الغامضة وتليه ملتقيات بنسبة %21.55 وهذا يدعم رأي أن الوسائل التي يكون فيها احتكاك مباشر هي المفضلة أكثر عند التلاميذ عن الوسائل الأخرى

كالفيديوهات والملصقات والمطويات التي لا تتيح لهم التفاعل كالسابق ذكرها، وتليه فيديوهات بنسبة 19.89% وتليه ندوات بنسبة 12.71% وتليه المطويات بنسبة 11.05% وفي الأخير ملصقات بنسبة 4.97%.

جدول 18: يمثل درجة اهتمام أفراد العينة بالحملات

الاقتراحات	التكرار	النسبة
باهتمام وتركيز	83	45.86%
شكل عادي	88	48.62%
دون اهتمام وتركيز	10	5.52%
المجموع	181	100%

دائرة نسبية تمثل درجة اهتمام أفراد العينة بالحملات



تحليل الجدول:

يتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة يستمعون إلى هذه الحملات بشكل عادي بنسبة 48.62% وهناك آخرون يستمعون إليها باهتمام وتركيز بنسبة 45.86% أما الذين دون اهتمام وتركيز بنسبة 5.52% ومن هذه النسب والملاحظة الميدانية المباشرة اتضح لنا

وجود اختلاف في درجة الاهتمام لكن متفقين على أهمية هذه المواضيع ويعود هذا الاختلاف في درجة الاهتمام لمؤشر المستوى التعليمي الذي يلعب دورا مهم في هذا.

**جدول 19:** يمثل نسبة المعلومات والمعرفة المكتسبة من رسائل الحملات

الاقتراحات	التكرار	النسبة
نعم	126	%69.61
لا	55	%30.39
المجموع	181	%100

دائرة نسبية تمثل نسبة المعلومات والمعرفة المكتسبة من رسائل الحملات



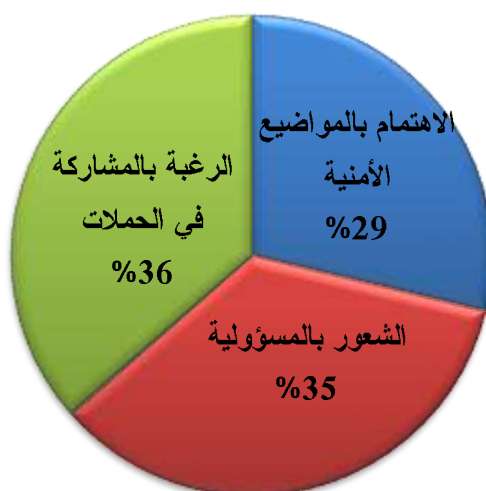
**تحليل الجدول:**

يتضح لنا من خلال الجدول أن أفراد العينة اكتسبوا معلومات ومعرفة جديدة من خلال رسائل حملات التوعية الأمنية حيث بلغت نسبة نعم %69.61 أما لا فكانت نسبتها %30.39 وهذا يبين قوة أثر الحملات التوعية الأمنية في تنمية مهارات ومعرفة التلاميذ بأهمية الأمن والمساهمة في نشره.

جدول 20: يمثل إلى ماذا يؤدي الاستماع لهذه الحملات

الاقتراحات	التكرار	النسبة
الاهتمام بالمواضيع الأمنية	52	%28.73
الشعور بالمسؤولية	63	%34.81
الرغبة بالمشاركة في الحملات	66	%36.46
المجموع	181	%100

دائرة نسبية تمثل إلى ماذا يؤدي الاستماع لهذه الحملات



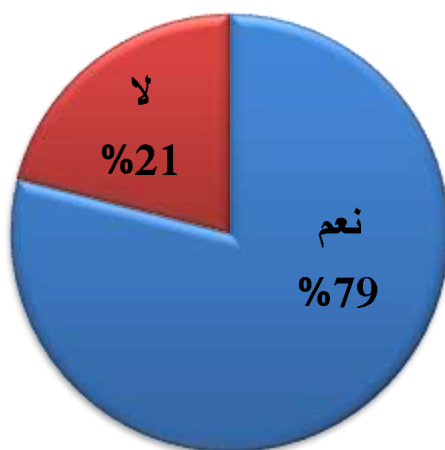
تحليل الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد العينة يريدون المشاركة في هذه الحملات بنسبة %36.46 وهذا يدل على نجاعة الحملات الأمنية السابقة التي ولدت هذه الرغبة لدى التلاميذ في المشاركة وطرح رؤيتهم لتطوير الثقافة الأمنية، وآخرون تؤدي بهم إلى الشعور بالمسؤولية بنسبة %34.81 والذي انعكس واضح بتزايد شعورهم بالمسؤولية، أما الذين تؤدي بهم إلى الاهتمام بالمواضيع الأمنية بلغت نسبتهم %28.73.

جدول 21: يمثل مدى درجة تغيير سلوكيات العينة

الاقترحات	التكرار	النسبة
نعم	143	%79
لا	38	%21
المجموع	181	%100

دائرة نسبية تمثل مدى درجة تغيير سلوكيات العينة

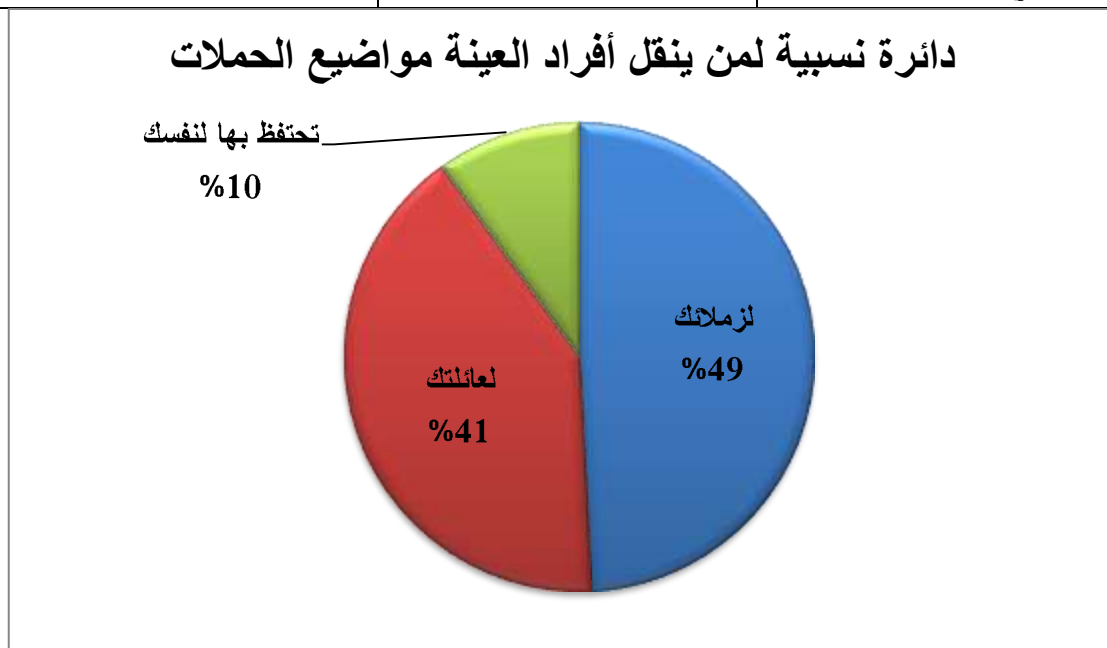


#### تحليل الجدول:

يتضح لنا من خلال الجدول أن المعلومات المتحصل عليها من مواضيع الحملات أدت إلى تغيير وتصحيح سلوكيات سلبية لدى أفراد العينة بنسبة كبيرة بلغت %79 وهذا ما يدل على زيادة الوعي عند التلاميذ وهذا يوضح مدى فاعلية الحملات الإعلامية الأمنية ، أما الذين لم تغير منهم الحملات أي سلوكيات سلبية بلغت نسبتهم %21.

جدول 22: يمثل لمن ينقل أفراد العينة مواضيع الحملات

النسبة	التكرار	الاقتراحات
49.17%	89	لزملائك
40.89%	74	لعائلتك
9.94%	18	تحتفظ بها لنفسك
100%	181	المجموع



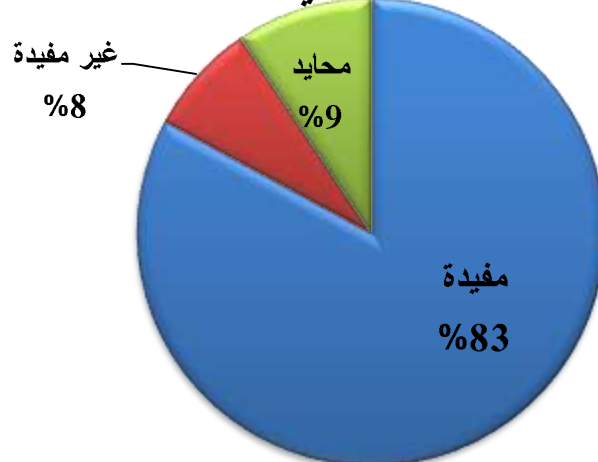
تحليل الجدول:

يتضح لنا من خلال الجدول أن أفراد العينة ينقل مواضيع الحملات إلى زملائه بنسبة 49.17% أما الذين ينقلون هذه المواضيع إلى عائلتهم كانت نسبتهم 40.89% أما الذين يحتفظون بها لنفسهم قدرت نسبتهم 9.94%، مما سبق يتضح تبني التلاميذ لهذه الحملات الإعلامية الأمنية والقيام بنشرها في أوساطهم البيئية وهذا يمثل مدى اهتمامهم واقتناعهم للمعلومات المكتسبة من هذه المعلومات.

جدول 23: يمثل كيف يرى أفراد العينة الحملات الإعلامية

الاقتراحات	التكرار	النسبة
مفيدة	150	%82.88
غير مفيدة	14	%7.73
محايد	17	%9.39
المجموع	181	%100

دائرة نسبية تمثل كيف يرى أفراد العينة الحملات الإعلامية



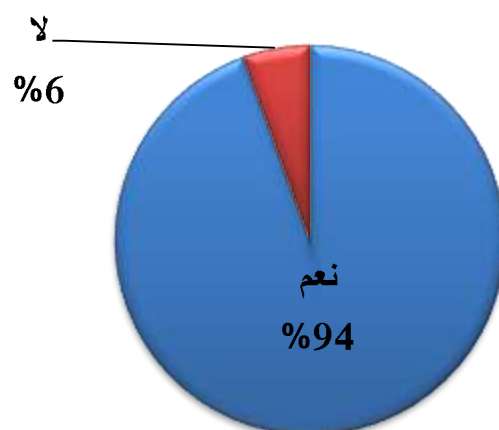
#### تحليل الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد العينة يرون أن الحملات الإعلامية حول التوعية الأمنية مفيدة بنسبة %82.88 أما الذين كانت إجاباتهم محايدة بلغت نسبتهم %9.39 أما الذين يرون أنها غير مفيدة بلغت نسبتهم %7.73، ويتوضح لنا الاتفاق على الاستفادة الكبيرة من الحملات الإعلامية الأمنية في تحسين وتغيير البيئة الأمنية إيجاباً.

جدول 24: يمثل هل أفراد العينة مع أو ضد استمرار هذه الحملات

الاقترحات	التكرار	النسبة
نعم	171	%94.47
لا	10	%5.53
المجموع	181	%100

دائرة نسبية تمثل أفراد العينة مع أو ضد استمرار الحملات

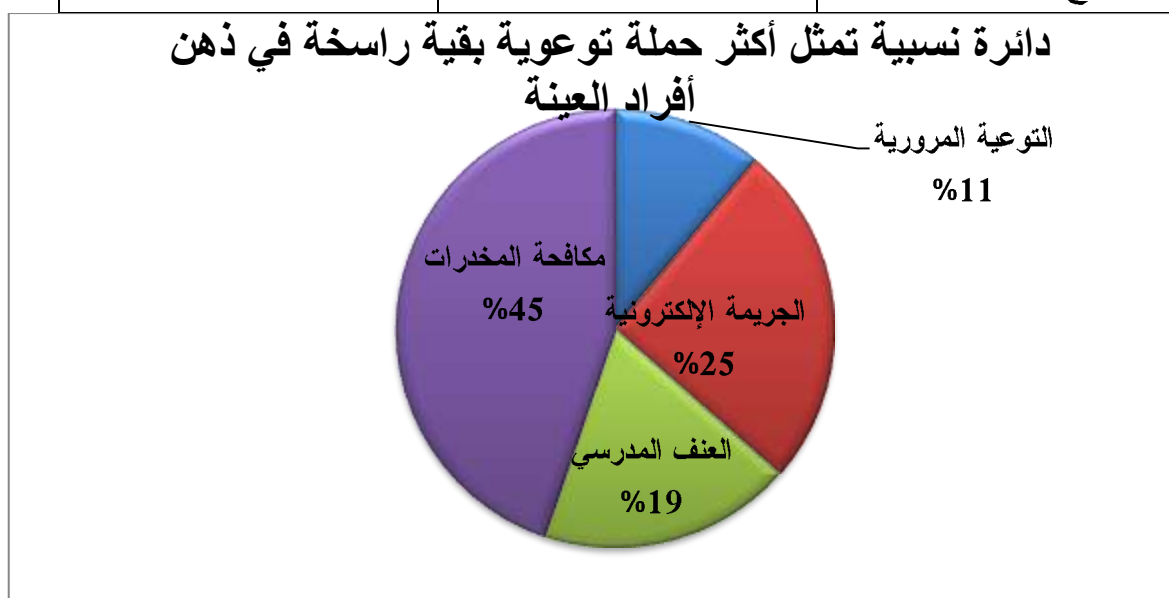


تحليل الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد العينة يؤيدون استمرار هذا النوع من الحملات بنسبة 94.47% أما الذين لا يريدون استمرار هذا النوع من الحملات بلغت نسبتهم 5.53%، وهذا ما يدل على ان نسبة كبير من التلاميذ يدعمون استمرار هذا النوع من الحملات وهذا يعكس إدراكهم لهذه الحملات ودورها في زيادة أمن المجتمع ويدل هذا على تأثير التلاميذ للحملات الأمنية التي تعرضوا لها ومدى نمو الحس الأمني فيهم.

جدول 25: يمثل أكثر حملة توعوية بقية راسخة في ذهن أفراد العينة

الاقتراحات	التكرار	النسبة
التوعية المرورية	20	%11.05
الجريمة الإلكترونية	46	%25.42
العنف المدرسي	34	%18.78
مكافحة المخدرات	81	%44.75
المجموع	181	%100



تحليل الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن أكثر حملة توعوية بقية راسخة في ذهن أفراد العينة هي مكافحة المخدرات بنسبة %44.75 تليها الجريمة الإلكترونية بنسبة %25.42 ويليهما العنف المدرسي بنسبة %18.78 وأخيرا التوعية المرورية بنسبة %11.05، وهذا يوضح لنا أن اهتمام التلاميذ بمكافحة المخدرات التي أصبحت هاجسا يهدد المجتمع ككل لهذا كان رسوخها في الأذهان أكثر وكذلك لطبيعة الحملات التي تتناولها لاحظنا فيها استعمال استمالات عقلية ترغيبية وترهيبية بكثرة في حين الجريمة الإلكترونية كانت ثاني مرتبة من حيث الرسوخ وهذا يعود إلى اهتمام التلاميذ بمواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول 26: يمثل العلاقة بين الجنس و أكثر حملة توعوية بقيت عالقة في ذهن التلاميذ

المجموع		الجنس				الإجابات
		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%11.05	20	%6.08	11	%4.97	09	التوعية المرورية
%25.96	47	%16.57	30	%9.39	17	الجريمة الإلكترونية
%18.78	34	%12.15	22	%6.63	12	العنف المدرسي
%44.21	80	%23.21	42	%21	38	مكافحة المخدرات
%100	181	%58.01	105	%41.99	76	المجموع

تحليل الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن مكافحة المخدرات هي الأعلى نسبة من الحملات التي بقيت عالقة في ذهن التلاميذ بنسبة %44.21 وكانت نسبة الإناث فيها هي الأكبر بـ %23.21 أما الذكور بـ %21، تليها الجريمة الإلكترونية بنسبة %25.96 ومثلت فيها نسبة الإناث %16.57 أما الذكور بنسبة أقل قدرت بـ %9.39، يليها العنف المدرسي بنسبة %18.78 كانت نسبة الإناث فيه %12.15 على غرار الذكور بنسبة %6.63، حيث مثلت نسبة %11.05 التوعية المرورية كانت نسبة الإناث فيها %6.08 أما الذكور %4.97، ومن كل هذا الطرح وبعد الملاحظة الميدانية التي تدعم بيانات الجدول اتضح لنا سبب اختلاف الكبير بين الجنسين والميل الإيجابي لجنس الإناث في الاهتمام بالحملات أكثر من

الذكور وهذا يبين أن مؤشر الجنس يكون عامل من العوامل الأساسية في مدى الوعي بالمضامين الحملات الأمنية.

**الجدول 27:** يمثل العلاقة بين المستوى التعليمي والأسلوب الإقناعي المفضل لدى أفراد العينة

المجموع		المستوى التعليمي						الإجابات
		سنة ثالثة ثانوي		سنة ثانية ثانوي		سنة أولى ثانوي		
النسبة	التكرار	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
		%9.39	17	%4.42	08	%2.76	05	
%39.23	71	%16.57	30	%11.61	21	%11.05	20	الترغيب (تقديم النصائح)
%5.52	10	%2.21	04	%1.10	02	%2.21	04	الهزل والفكاهة
%33.70	61	%13.81	25	%10.50	19	%9.39	17	الحوار
%12.16	22	%8.29	15	%2.21	04	%1.66	03	الشهادة من عاش نفس التجربة
%100	181	45.30	82	%27.62	50	%27.08	49	المجموع

تحليل الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن الأسلوب الإقناعي المفضل لدى أفراد العينة هو أسلوب الترغيب (تقديم النصائح) في جميع المستويات حيث بلغت نسبته 39.23% وكان النصيب الأعلى منها بنسبة 16.75% تمثل تلاميذ السنة الثالثة ثانوي وتليها تلاميذ السنة الثانية ثانوي بنسبة 11.61% يليه السنة أولى ثانوي بنسبة 11.05% ويليه أسلوب الحوار بنسبة 33.70% وكانت أعلى نسبة فيه 13.81% من نصيب الثالثة ثانوي و 10.50% من نصيب السنة الثانية ثانوي و 9.39% من نصيب الأولى ثانوي، ويليه أسلوب الشهادة من عاش نفس التجربة بنسبة 12.16% حيث بلغت نسبة الثالثة ثانوي 8.02% أما الثانية ثانوي 2.21% والأولى ثانوي 1.66% في حين أسلوب التخويف (الترهيب) بلغت نسبته 9.39% كانت الثالثة ثانوي أعلى نسبة بـ 4.42% والثانية ثانوي بـ 2.76% والأولى ثانوي بـ 2.21% وأخيرا أسلوب الهزل والفكاهة بنسبة 5.52%، في حين نلاحظ أن الأسلوب المفضل لدى أفراد العينة هو أسلوب الترغيب (تقديم النصائح) بالنسبة الأعلى وكذلك مما أبرزه لنا هذا الجدول أن في كل المواضيع كان للمستوى الدراسي أثر واضح فالأعلى مستوى أكثر إدراك وتفاعل مع الأساليب الإقناعية المتبعة في الحملات حسب نتائج الجدول.

الجدول 28: يمثل العلاقة بين المستوى التعليمي ورسائل حملات التوعية الأمنية

المجموع		المستوى التعليمي						الإجابات
		سنة ثالثة ثانوي		سنة ثانية ثانوي		سنة أولى ثانوي		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
69.61 %	126	26.52 %	48	21.54 %	39	21.55 %	39	نعم
30.39 %	55	18.78 %	34	6.08%	11	5.53%	10	لا
100%	181	45.30 %	82	27.62 %	50	27.08 %	49	المجموع

تحليل الجدول:

يتبين من خلال الجدول أن نسبة الإجابة بنعم في جميع المستويات بلغت 69.61% مما يدل على أن رسائل حملات التوعية الأمنية أكسبت أفراد العينة بمعلومات جديدة في حين الإجابة بـ لا بلغت 30.39%، حيث أن السنة ثالثة ثانوي أعلى نسبة في كسب المعلومات من رسائل حملات التوعية الأمنية بنسبة 26.52% على غرار السنة أولى ثانوي والسنة ثانية ثانوي بنسبة 21% وهذا ما يتضح بأن كسب المعلومات من رسائل حملات التوعية الأمنية يختلف باختلاف المستوى التعليمي وهذا يرجع إلى المكتسبات العلمية التي يتميز بها أصحاب المستوى الأعلى وهذا ما أكسبهم القدرة على استيعاب الأكبر لمعلومات الحملات التوعية الأمنية.

الجدول 29: يمثل العلاقة بين المستوى التعليمي وأثر مواضيع الحملات على أفراد العينة

المجموع		المستوى التعليمي						الإجابات
		سنة ثالثة ثانوي		سنة ثانية ثانوي		سنة أولى ثانوي		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
79.57 %	144	30.94 %	56	24.31 %	44	24.32 %	44	نعم
20.43 %	37	14.36 %	26	3.31 %	06	2.76 %	05	لا
100 %	181	45.30	82	27.62 %	50	27.08 %	49	المجموع

تحليل الجدول:

يتضح من خلال الجدول أن الإجابة بنعم في جميع المستويات أعلى نسبة حيث بلغت 79.57% في حين الإجابة بـ لا بلغت نسبتها 20.43%، مما يدل على أن المعلومات المعرفية المتحصل عليها من مواضيع الحملات أدت إلى تغيير وتصحيح سلوكيات سلبية لدى أفراد العينة، ومما يدل عليه الجدول أن هنالك فروق بين المستويات التعليمية حيث أن السنة الثالثة ثانوي مواضيع الحملات أدت إلى تصحيح بعض السلوكيات وهذا بنسبة 30.94% على غرار السنة أولى ثانوي وثانية ثانوي ولكن بنسبة 24% وهذا مل يدل على أن المستوى التعليمي يلعب دور في تطبيق فهمهم لحملات التوعية الأمنية وتغيير سلوكياتهم يكون أسرع.

الجدول 30: يمثل العلاقة بين الجنس وفائدة الحملات الإعلامية

المجموع		الجنس				الإجابات
		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%83.42	151	%48.06	87	%35.36	64	مفيدة
%7.74	14	%3.87	07	%3.87	07	غير مفيدة
%8.84	16	%6.08	11	%2.76	05	محايد
%100	181	%58.01	105	%41.99	76	المجموع

تحليل الجدول:

يتضح من خلال الجدول أن الحملات الإعلامية حول التوعية الأمنية حسب مؤشر الجنس بلغت فيه النسبة الأكبر 83.42% كانت تعبر عن إجابة "مفيدة" وكان النصيب الأكبر فيها لجنس الإناث بمقدور 48.06% أما الذكور بنسبة 35.36%، في حين "محايد" بلغت نسبتها 8.84% وكانت نسبة الإناث منها 6.08% والذكور 2.76%، وأخرهم إجابة "غير مفيدة" مثلت 7.74% وتساوت فيها نسبة الذكور والإناث بمقدور 3.87%.

وما يوضحه لنا هذا الجدول أن ميول الإناث في الاستفادة من الحملات الأمنية أكثر من الذكور وهذا يعطي دلالة واضحة إلى أن مؤشر الجنس في مدى الاستيعاب وتبني حملة له تأثير قوي وهذا يتضح من الاختلاف في النسب بين الذكور والإناث، وقد يعود هذا لطبيعة الإناث في الميل للبحث عن الأمن.

مناقشة النتائج والتوصيات:

1- النتائج المتعلقة بالفرضيات:

الفرضية الأولى: كلما زادت حملات التوعية الأمنية كلما زاد الوعي الأمني لدى التلاميذ.

ومن خلال تحليل الجداول نجد أنها تحققت وهذا ما يتضح لنا في الجدول رقم 23 والذي يدور سؤاله حول مدى استفادة التلاميذ من الحملات الإعلامية حول التوعية الأمنية حيث أجاب أغلب عينة الدراسة بأنها مفيدة بنسبة 82.88%، أيضا ما ورد في الجدول رقم 24 وسؤاله كان هل تؤيد استمرار هذا النوع من الحملات، فأجابت أغلب عينة الدراسة بأنهم يريدون استمرار هذا النوع من الحملات بنسبة 94.47%.

الفرضية الثانية: العنف المدرسي من أهم الموضوعات التي جذبت انتباه التلاميذ في الحملات الإعلامية.

ومن خلال تحليل الجداول يوضح لنا الجدول رقم 25 أن موضوع العنف المدرسي تحقق جزئيا وبنسبة 18.78% لكن أهم الموضوع الذي جذب انتباه التلاميذ هو موضوع مكافحة المخدرات وبنسبة 44.75%.

الفرضية الثالثة: الأساليب الإقناعية التي يفضلها التلاميذ في هذه الحملات هي: أساليب عقلية.

ومن خلال تحليل الجداول نجد أنها تحققت وهذا ما يوضحه لنا الجدول رقم 14 والذي يدور سؤاله حول الأسلوب الإقناعي الذي يفضلها التلاميذ في تقديم الحملات الإعلامية حيث أجاب أغلب عينة الدراسة أن الأسلوب المناسب هو الترغيب (تقديم النصائح) بنسبة 38.12% وأسلوب الحوار بنسبة 30.39%.

الفرضية الرابعة: للحملات الإعلامية أثر قوي على تلاميذ الثانوي.

ومن خلال تحليل الجداول نجد أنها تحققت وهذا ما يوضحه لنا الجدول رقم 19 والذي يدور سؤاله حول المعلومات والمعرفة المكتسبة من رسائل الحملات حيث أجاب أغلب عينة الدراسة بنعم بنسبة 69.61%، أيضا ما ورد في الجدول رقم 21 وسؤاله كان حول المعلومات المتحصل عليها أدت إلى تغير وتصحيح سلوكيات سلبية لدى أفراد العينة فأجابت أغلب عينة الدراسة بنعم بنسبة 79%.

### النتائج العامة:

- الإناث هم الأكثر تفاعل مع الحملات الإعلامية من الذكور.
- العنف المدرسي هو من المشاكل الأمنية الأكثر انتشارا في الوسط المدرسي والمجتمع والأقل معالجة من طرف الحملات الإعلامية لمديرية الأمن.
- الآفات الاجتماعية (المخدرات) هي أيضا من بين المشاكل الأمنية الأكثر انتشارا في الوسط المدرسي والمجتمع ولقت اهتمام كبير في الحملات الإعلامية لمديرية الأمن.
- من الأسباب الأكثر انتشارا للمشاكل الأمنية داخل المدرسة والمجتمع هم ضعف الوازع الديني ونقص التوعية الأسرية وهذا ما ينعكس سلبا على الحملات الإعلامية الأمنية.
- الثقافة الأمنية لها دور في المساهمة في نشر الوعي الأمني.
- المواضيع الأمنية تلفت انتباه التلاميذ في برنامجهم الدراسي وهذا ما يدعم الحملات الإعلامية التي تقوم بها مديرية الأمن.
- يمكن معالجة المشاكل الأمنية (المخدرات - الجريمة) من خلال الصرامة في تطبيق القوانين.

- يمكن معالجة المشاكل الأمنية (المخدرات- الجريمة) من خلال تحسين مستوى وعي التلاميذ عبر نشر الثقافة الأمنية.
- حملات التوعية الأمنية نشاط مهما يعود بالمنفعة على المؤسسات التعليمية.
- تحسن حملات التوعية الأمنية من سلوكيات التلاميذ بهدف تحقيق التوعية الأمنية.
- تحفز حملات التوعية الأمنية التلاميذ على احترام القوانين والقواعد الأمنية.
- الأسلوب الإقناعي الذي يفضله التلاميذ في الحملات الإعلامية هو أسلوب الترغيب (تقديم النصائح) والحوار.
- اللغة التي يفضلها التلاميذ في الحملات الإعلامية لمديرية الأمن هي اللغة الفصحى.
- الوسيلة المفضلة لدى التلاميذ لتلقي الوعي الأمني هي لقاءات شخصية مع المكلف بالأمن وملتقيات.
- يستمع التلاميذ إلى حملات التوعية الأمنية لمديرية الأمن بشكل عادي.
- أكسبت رسائل حملات التوعية الأمنية معلومات ومعرفة جديدة لتلاميذ الثانوي.
- يلعب المستوى التعليمي دورا كبيرا في فهم واستيعاب وتبني رسائل الحملات التوعية الأمنية وترجمتها إلى سلوكيات.
- عند استماع التلاميذ للحملات الإعلامية تؤدي بهم إلى الرغبة بالمشاركة في الحملات وتنمية شعور المسؤولية والحس الأمني عندهم.
- أدت حملات التوعية الأمنية إلى تغيير وتصحيح سلوكيات سلبية لدى تلاميذ الثانوي.
- ينقل التلاميذ مواضيع هذه الحملات إلى زملائهم بالدرجة الأولى ثم إلى عائلاتهم بالدرجة الثانية وهذا بهدف نشر الوعي.
- يرى تلاميذ الثانوي أن حملات التوعية الأمنية مفيدة بشكل كبير بالنسبة لهم.
- يؤيد تلاميذ الثانوي استمرار حملات التوعية الأمنية.

- مكافحة المخدرات والجريمة الإلكترونية أكثر الحملات التوعوية التي بقيت عالقة في ذهن التلاميذ.

#### التوصيات:

بناء على ما تقدم من نتائج يمكن اقتراح جملة من الحلول للمؤسسات التعليمية ومديرية الأمن بولاية الأغواط نلخصها فيما يلي:

- ❖ لا بد على المؤسسات التعليمية تكثيف الجهود ومضاعفة الاهتمام لتطوير برنامج الثقافة الأمنية وفتح قنوات التواصل مع التلاميذ مع ضرورة مواجهة التحديات عبر نشر الثقافة الأمنية وبناء أجيال محصنة أمنيا وأخلاقيا.
- ❖ ضرورة وضع برامج مشتركة بين الثانويات والأسر ومؤسسات المجتمع المدني (الأمنية والإعلامية والدينية) تهدف إلى إنشاء نسيج اجتماعي صلب قادر على تنمية الوعي بالقيم الأمنية لدى التلاميذ ومواجهة التحديات الهائلة التي تواجه التلاميذ بشكل خاص والمجتمع بشكل عام.
- ❖ لا بد على المؤسسات التعليمية تكثيف الجهود ومضاعفة الاهتمام لتطوير برنامج الثقافة الأمنية وفتح قنوات التواصل مع التلاميذ مع ضرورة مواجهة التحديات عبر نشر الثقافة الأمنية وبناء أجيال محصنة أمنيا وأخلاقيا.
- ❖ التعاون مع المؤسسات الأمنية لتقديم المحاضرات والندوات التي تبين للتلاميذ خطورة بعض الأفكار، وضرورة توعية هؤلاء التلاميذ حول بعض القضايا الهامة مثل قضية العنف المدرسي والجريمة الإلكترونية.
- ❖ إجراء مزيد من الدراسات والبحوث حول موضوع الثقافة الأمنية لتوضيح الأهمية الواضحة للقيم الأمنية نظرا للتطورات والظروف الأمنية السائدة في مجتمعنا.

## خاتمة

أبرزت لنا دراستنا الموسومة بـ " أثر حملات الإعلامية في نشر الثقافة الأمنية" عبر دراسة وصفية بعينة من تلاميذ الثانويات كهدف لهذه الحملات فتوضح لنا أثرها الكبير في زيادة الوعي بأهمية الثقافة الأمنية وزيادة حسهم بالمسؤولية اتجاه مساهمتهم في أمن المجتمع.

وتعرفنا كذلك على أهم الموضوعات التي تشغل التلاميذ فكانت الحملات ذات العلاقة بمكافحة المخدرات ومكافحة الجريمة الإلكترونية.

وما لاحظناه عبر دراستنا أن عنصري المستوى الدراسي والجنس يأترا على مستوى الوعي وقابلية تعديل وتغيير السلوك وتبني السلوكيات التي تروج لها الحملات، دون إهمال تظافر جهود المؤسسات التربوية والأجهزة الأمنية ليكون هناك تكامل بين ما تطرحه الحملات الإعلامية لمديرية الأمن والمناهج الدراسية وتعميم هذه التجارب في نطاق أوسع عبر كل ثانويات التراب الوطني.

ونشير في الأخير إلى أن نتائج هذه الدراسة خاصة بتلاميذ الثانويات المذكورة و لذلك لا يمكن تعميمها على المجتمع المحلي ككل، وتبقى إمكانية ظهور دراسات أخرى تدعم نتائج هذه الدراسة وتكملها على باقي فئات المجتمع المحلي أو على تلاميذ الثانويات بولايات أخرى.

قائمة المصادر

والمراجع

### ا. المعاجم:

1- فؤاد إفرايم البستاني، منجد الطلاب، دار المشرق، ط1، لبنان، 1971.

### ا. الكتب:

- 1- علي، كنعان. إدارة الحملات الإعلامية، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014.
- 2- محمد منير حجاب. أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط2، مصر، 2003.
- 3 - أحمد بن سالم. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005.
- 4- محمد عبيدات وآخرون. منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، ط2، الأردن، 1999.
- 5 - ربحي مصطفى عليان. البحث العلمي: أسسه ومناهجه وأساليبه إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، ط1، الأردن.
- 6- عصام حسن الدليمي، علي عبد الرحيم صالح. البحث العلمي أسسه ومناهجه، دار الرضوان للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014.
- 7- ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم. مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2000.
- 8 - عامر محسن سلمان العامري. الحملات الإعلامية (المستتصيرية نموذجاً).
- 9 - فؤادة عبد المنعم البكري. التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية، عالم الكتب، ط1، مصر، 2007.
- 10 - حنان أحمد سليم. الحملات الإعلامية عبر الاعلام الجديد، د.ط، 2014.
- 11- محمود رمضان دياب. استراتيجيات الحملات الإعلامية الموجهة، مؤسسة شباب الجامعة، ط1، مصر، 2019.
- 12 - رفعت عارف الضبع. الحملات الإعلامية، المكتب المصري للمطبوعات، ط1، مصر، 2012.

- 1- أمينة حمراني، الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره: الأمن المروري نموذجاً، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2010.
- 2- ممدوح خليفة السبيبة. تصور إستراتيجي لنشر الثقافة الأمنية في المجتمع السعودي: دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة والإعلام بشرطة الحدود الشمالية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإستراتيجية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2015. عبير تبناني، الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر، دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2012.
- 3- بشكات نادية، بوعبد الله سعدية. دور الحملات الإعلامية التوعوية للحد من حوادث المرور: دراسة حالة لأمن ولاية غليزان، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، 2018/2019.
- 4- دحو مفتاح، طيبي عبد الغني، فاعلية برامج الإذاعة الجزائرية في التوعية المرورية، دراسة ميدانية على عينة من سائقي سيارات الأجرة بالأغواط، مذكرة ماستر، جامعة عمار ثليجي الأغواط، الجزائر، 2017.
- 5- تبناني عبير. الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر: دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2011/2012.
- 6- هاجر قوجيل. أثر ثقافة المنظمة على الانتماء التنظيمي: دراسة ميدانية بالمؤسسة الاقتصادية عمر بن عمر قالمة، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8ماي 1945 قالمة، الجزائر، 2015/2016.

- 7- عيسى بوكرموش. استراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية: دراسة وصفية لاستراتيجية التوعية المرورية ولاية غرداية نموذجا، مذكرة ماجستير، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2012/2013.
- 8- دربال كريمة. دور الحملات الإعلامية التوعوية في نشر ثقافة الكشف المبكر عن سرطان الثدي، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة، الجزائر، 2017/2018.
- 9- سلامة أمينة. الثقافة الأمنية ودورها في التقليل من حوادث العمل داخل المؤسسة الصناعية: مؤسسة صناعة الكوابل بسكرة -نموذجا-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2017/2018.
- 10- نور الدين بن مشرنن. الثقافة الأمنية بين التقاليد الشعبية والتحديات التربوية المعاصرة: دراسة تربوية اجتماعية انثربولوجية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2014/2015، ص19.
- 11 - عيساوي وهيبية. أثر الثقافة التنظيمية على الرضا الوظيفي: دراسة حالة فئة الأفراد الشبه طبيين بالمؤسسة الاستشفائية العمومية تراي بوجمعة بيشار، مذكرة ماجستير، مدرسة دكتوراه إدارة الأفراد وحوكمت الشركات، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2011/2012.
- 12- حمراني أمينة. الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2009/2010.
- 13- ريما محمد سعد الدين الهباش. دور معلمي التعليم الثانوي في تنمية القيم الأمنية لدى طلبتهم وعلاقته باتجاهاتهم الوطنية، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة الأزهر غزة، فلسطين، 2015.

14 - تركي بن عبد الحميد المويشير. أهمية الحس الأمني لضابط الأمن: دراسة تطبيقية على ضباط الأمن العاملين بشرطة منطقة الجوف، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2004.

15 - عبد الله بن محمد العمري. دور الثقافة الأمنية في الوقاية من الفكر المتطرف في المجتمع السعودي: دراسة مسحية على أعضاء الهيئة العلمية بمركز محمد بن نايف، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2014.

11- عبد الجبار وهيبية، سي يحي مامة. الحملات الإعلامية التوعوية حول ظاهرة الإرهاب في الوطن العربي: تحليل سيميوسياقي لمجموعة من الحملات قناة mbc نموذجاً، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، 2011/2010.

12 - لامية صابر. الحملات الإعلانية في باقة mbc ودورها في التوعية الدينية للشباب: دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2010/2009.

13 - مسلم نسرين. الإعلام الأمني ودوره في نشر الوعي الثقافي بين أعوان الشرطة: دراسة تحليلية لمجلة الشرطة الجزائرية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة، الجزائر، 2016/2015.

### IV. المجالات:

1-مجلة الأمن والحياة، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، العدد 286، أبريل 2006.

- 2-مجلة جامعة الأزهر، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، العدد 2، 2010.
- 3-مجلة الشرطة، المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق، الجزائر، العدد 51، مارس 1995.
- 4-مجلة الفن الإذاعي، إتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، مصر، العدد 179، يوليو 2005.
- 5-صابر سليمان عسران. تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلامية (مجلة الفن الإذاعي)، العدد 179، إتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، يوليو 2005.
- 6-ظريف شاكر، معاوي وفاء. الشراكة المجتمعية كآلية لترسيخ الثقافة الأمنية في الدول العربية: الواقع والآفاق، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 05، جامعة المسيلة، الجزائر.
- 7-مرنيش أونيسة. الثقافة الأمنية، مجلة أفاق للعلوم، العدد 06، جامعة الجلفة، الجزائر، 2017.
- 8-بن عامر وسيلة، بركات نوال. دور وسائل الإعلام في دعم ونشر الثقافة الأمنية والتصدي للجريمة في المجتمع، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 05، جامعة المسيلة الجزائر.
- 10- فهد بن سلطان السلطان. التربية الأمنية وإمكانية تطبيقها في المؤسسات التعليمية: دراسة ميدانية على معلمي المدارس الثانوية ومشرفيها ومديريها، مركز البحوث التربوية، جامعة الملك سعود، السعودية، 2009.

∇. المواقع الإلكترونية:

<https://www.algeriepolice.dz/?%D8%A5%D8%B7%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%85%D9%86>  
18:12 2020/02/23

18:25 2020/02/23 <https://www.elhiwardz.com/national/107126/>

الملاحق

# ملحق رقم 1: الاستبيان

جامعة عمار ثليجي

كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة

قسم الاعلام و الاتصال



استمارة استبيان حول موضوع:

أثر حملات مديرية الأمن في نشر الثقافة الأمنية  
لدى التلاميذ

دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانويات مدينة الأغواط

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة

الأساتذة المحكمين:

✓ د. آيت قاسي ذهبية

✓ د. مساعدي حسين

✓ د. بن عزوزي محمد

إعداد:

❖ بطيمي مصطفى

❖ شويرب محمود

ملاحظة:

إن المعلومات المقدمة لن تمر إلى أي شخص آخر أو جهة أخرى مهما كانت الأحوال، وسوف تستعمل فقط في إطار البحث العلمي.

ضع علامة (x) في المكان المناسب.

السنة الجامعية: 2020/2019

- المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس: ذكر  أنثى

2- المستوى التعليمي:

سنة أولى ثانوي  سنة ثانية ثانوي  سنة ثالثة ثانوي

3- مكان الإقامة:

داخلي  نصف داخلي  خارجي

4- الشعبة:

- آداب وفلسفة
- علوم طبيعية
- لغات أجنبية
- رياضيات
- إقتصاد ومحاسبة
- تقني رياضي
- شعبة أخرى

أذكرها: .....

## المحور الثاني: التوعية الأمنية لدى التلاميذ

1- ماذا يتبادر إلى ذهنك عندما تسمع أو تقرأ عن الأمن؟

احترام القوانين والأنظمة  الاستقرار  الشعور بالطمأنينة   
أخرى  أذكرها.....

2- ما أهمية الأمن في نظرك؟

الوقاية بنشر الوعي  القضاء على الجريمة  تطبيق القانون   
أخرى  أذكرها.....

3- كتلميذ في مرحلة الثانوية ما هي المشاكل الأمنية التي تراها أكثر انتشارا في وسطك المدرسي و المجتمع؟

حوادث المرور  العنف المدرسي  الجريمة الإلكترونية   
مكافحة المخدرات  أخرى  أذكرها.....

4- رتب حسب وجهة نظرك أسباب انتشار المشاكل الامنية في وسطك المدرسي و المجتمع ؟ (من 1 إلى 5)

نقص التوعية الأسرية  نقص الحملات الاعلامية  عدم احترام القوانين   
ضعف الوازع الأخلاقي  ضعف المناهج التربوية التي تدرسها

5- ما هو دور الثقافة الأمنية في رأيك؟

المساهمة في نشر الوعي الأمني  المساهمة في تحسين السلوكيات السلبية   
الإسهام في زيادة أمن المجتمع  أخرى  أذكرها.....

6- هل تلفت انتباهك المواضيع الأمنية ببرنامحك الدراسي كتلميذ؟

نعم  لا

7- هل تعتقد أنه يمكن معالجة المشاكل الأمنية (المحدرات - الجريمة) من خلال؟

الصرامة في تطبيق القوانين  تحسين مستوى وعي التلاميذ

الإكثار من الحملات الإعلامية

8- غياب الوعي الأمني في المجتمع يشعرك بحالة من؟

اللامبالاة بما يحدث في المجتمع  الرغبة في تغيير الوضع

فقدان الثقة بمجتمعك  أخرى  أذكرها .....

المحور الثالث: تأثير رسائل الحملات الإعلامية على التلاميذ واتجاهاتهم نحوها

1- ما هي أهمية الحملات الإعلامية من وجهة نظرك؟

لا أعرف	لا أوافق	أوافق	العبارة
			1- تعد حملات التوعية الأمنية نشاط مهما يعود بالمنفعة على المؤسسات التعليمية
			2- تعد حملات التوعية حول الأمن ضرورة ملحة لتحقيق التعاون بين الأفراد ومصالح الأمن
			3- تحسن حملات التوعية الأمنية من سلوكيات التلاميذ بهدف تحقيق التوعية الأمنية
			4- تحسن الحملات الإعلامية للأمن العلاقة ما بين التلاميذ والمجتمع
			5- تحفز حملات التوعية التلميذ الجزائري على احترام القوانين والقواعد الأمنية
			6- عدم القيام بالحملات التوعية الأمنية يقلل من وعي التلاميذ بقيمة الأمن في المجتمع

2- ما هو الأسلوب الإقناعي الذي تفضل أن تقدم به الحملات الإعلامية حول التوعية الأمنية؟

التخويف (الترهيب)  الترغيب (تقديم النصائح)  الهزل والفكاهة   
الحوار  الشهادة من عاش نفس التجربة

3- بأي لغة يتم توعيتك؟

العامية  الفصحى  الأجنبية

4- ما هي اللغة المستعملة التي تفضلها في الحملات الإعلامية لمديرية الأمن؟

العامية  الفصحى  الأجنبية

5- ما هي الوسيلة المفضلة لديك لتلقي الوعي الأمني؟

ملتقيات  ندوات  ملصقات  مطويات   
لقاءات شخصية مع المكلف بالأمن  فيديوهات   
أخرى  أذكرها.....

6- هل تستمع إلى هذه الحملات؟

باهتمام وتركيز  شكل عادي  دون اهتمام وتركيز

7- هل أكسبتك رسائل حملات التوعية الأمنية بمعلومات ومعرفة جديدة بالنسبة إليك؟

نعم  لا  إذا كانت إجابتك بنعم أذكرها.....

8- عند سماعك لهذه الحملات هل تؤدي بك إلى؟

الاهتمام بالمواضيع الأمنية  الشعور المسؤولية   
الرغبة بالمشاركة في الحملات

9- هل المعلومات المعرفية المتحصل عليها من مواضيع الحملات أدت إلى تغيير وتصحيح سلوكيات سلبية لديك؟

نعم  لا  لماذا.....

10- لمن تنقل مواضيع هذه الحملات؟

لزملائك  لعائلتك  تحتفظ بها لنفسك

11- بشكل عام، كيف ترى الحملات الإعلامية حول التوعية الأمنية بالنسبة لك كتلميذ؟

مفيدة  غير مفيدة  محايد

12- هل تؤيد استمرار هذا النوع من الحملات؟

نعم  لا  لماذا.....

13- ما هي أكثر حملة توعوية بقيت عالقة في ذهنك؟

التوعية المرورية  الجريمة الإلكترونية  العنف المدرسي   
مكافحة المخدرات

## ملحق رقم 2: إجمالي عدد تلاميذ وثانويات الأغواط

### Paramètres et Indicateurs par Commune

Wilaya :Laghouat  
Secteur de l' Education  
Enseignement secondaire



Nombres	Commune	Nbr lycées	Capacité	Nbr divisions pédagogiques	Effectifs élèves	Dont Filles	Enseignants		Internats		Demi-pensions			
							Nbr	Dont femmes	Nbr	Capacité	Nbr	Capacité	Total	Dont 3 <sup>ème</sup> AS
1	Laghouat	15	14400	300	8262	4456	645	425			10	2800	7,56	23,36

صالح بن دكالة



### ملحق رقم 3: ثانويات ولاية الأغواط



البلدية	اسم المؤسسة	الرقم
الأغواط	أول نوفمبر	1
الأغواط	نوابي الصديق	2
الأغواط	عمر دهبنة	3
الأغواط	الامام الغزالي	4
الأغواط	أبي بكر الخراج عيسى	5
الأغواط	محمد شعراي	6
الأغواط	جودي بلعاسم	7
الأغواط	محمد بوميسى	8
الأغواط	المقاومة الشعبية 1852	9
الأغواط	أحمد قصبية	10
الأغواط	حمدي قنور	11
الأغواط	صفاة الطاهر/برج السنوسي	12
الأغواط	بوقرة علي	13
الأغواط	ناوشي الصديق	14
الأغواط	ميموني عبد القادر	15





# ملحق رقم 6: عدد التلاميذ في ثانوية حمدي قدور

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التربية الوطنية

ملحق (6)

السنة الدراسية : 2019/2020

مديرية التربية لولاية الأغواط  
مصلحة التمدريس و الإمتحانات  
مكتب التعليم الثانوي

## كشف مفصل للإحصائيات الشهرية لثانوية : حمدي قدور

شهر : ديسمبر 2019

المستوى	التخصص	الجنس	داخلي	ن. داخلي	خارجي	المجموع	المعيدون منهم	عدد الأواج
السنة 2	ج.م. اداب	ذكور		27	3	30	17	2
		إناث		25	2	27	6	
	ج.م. علوم	ذكور		52	5	57	23	4
		إناث		65	1	66	12	
	الفلسفة	ج.م.		51		51	1	2
		ذكور		116	1	117	13	
	لغات	إناث		18	4	22	10	1
		ج.م.		21	1	22	2	
	ع.تج	ذكور		39	5	44	12	2
		إناث		2		2		
	رياضيات	ج.م.		5		5		1
		ذكور		7		7		
تسيير	إناث		22	3	25		1	
	ج.م.		31	2	33			
ت. رياضي	ذكور		53	5	58		2	
	إناث							
السنة 3	رياضيات	ج.م.				22		1
		ذكور		17	5	22		
	تسيير	إناث		4	2	6		1
		ج.م.		21	7	28		
	ت. رياضي	ذكور		3		3		1
		إناث		6		6		
	أفلسفة	ج.م.		9		9		2
		ذكور		18	3	21		
	لغات	إناث		27	3	30		2
		ج.م.		45	6	51		
	ع.تج	ذكور						2
		إناث						
رياضيات	ج.م.						1	
	ذكور		21	3	24			
تسيير	إناث		50	4	54		1	
	ج.م.		51	7	58			
ت. رياضي	ذكور						1	
	إناث		10	2	12			
المجموع العام	ج.م.		10		10		19	
	ذكور		20	2	22			
	إناث		6	4	10		1	
	ج.م.		13	2	15			
	ذكور		19	6	25		1	
	إناث							
	ج.م.				227		19	
	ذكور				249			
	إناث				476		19	
	ج.م.							

### تخصصات تقني رياضي :

المستوى	التخصص	الجنس	داخلي	ن. داخلي	خارجي	المجموع	المعيدون منهم	عدد الأواج
السنة 2	هـ . مذبنة	ذكور		1		1		
		إناث		2		3		
	هـ . كهربانية	ج.م.						
		ذكور						
	هـ . ميكانيكية	إناث						
		ج.م.		2		2		
	ذكور							
	إناث							
	ج.م.							
	ذكور							
	إناث							
	ج.م.							

3 FEB 2020

(7) ملاحظ

		4		4	ذكور	هـ . الطرائق	السلطة 3
		4		4	إناث		
					مج		
	2	5	2	3	ذكور	هـ . مدنية	
	3	6	1	5	إناث		
	5	11	3	8	مج		
					ذكور	هـ . كهربائية	
					إناث		
					مج		
		1		1	ذكور	هـ . ميكانيكية	
	1	3		3	إناث		
	1	4		4	مج		
	2	4	2	2	ذكور	هـ . الطرائق	
	3	6	1	5	إناث		
	5	10	3	7	مج		

03F448701

ملحق رقم 7: حملة إعلامية لمديرية الأمن بعنوان لا للمخدرات...نعم للحياة



المديرية العامة للأمن الوطني

لا للمخدرات ...  
نعم للحياة



15 48



 /algeriepolice.dz

 www.algeriepolice.dz

 @algeriepolicedz

ملحق رقم 8: حملة إعلامية لمديرية الأمن بعنوان حياتك أسعد... بدون مخدرات



حياتك أسعد...  
بدون مخدرات

104



15 48

17



/algeriepolice.dz



www.algeriepolice.dz



@algeriepolicedz

	التشكر.....
	الإهداءات.....
	ملخص الدراسة.....
	خطة الدراسة.....
	قائمة الجداول.....
	قائمة الأشكال والدوائر النسبية.....
	قائمة الملاحق.....
15-13	مقدمة.....
<b>الإطار المنهجي والمفاهيمي</b>	
19-17	الإشكالية.....
19	تساؤلات الدراسة.....
19	فرضيات الدراسة.....
20	أسباب إختيار الموضوع.....
20	أهداف الدراسة.....
20	أهمية الدراسة.....
21	نوع الدراسة.....
21	منهج الدراسة.....
22	مجتمع الدراسة.....
23-22	عينة الدراسة.....
24	أدوات جمع البيانات.....
27-25	مصطلحات ومفاهيم الدراسة.....
28	حدود الدراسة.....

35-29	الدراسات السابقة.....
36	صعوبات الدراسة.....
<b>الإطار النظري للدراسة</b>	
<b>الفصل الأول: الحملات الإعلامية.....</b>	
40	تمهيد.....
40	المبحث الأول: ماهية الحملات الإعلامية.....
43-41	المطلب الأول: الخلفية التاريخية للحملات الإعلامية والهيئات الراعية لهذه الحملات..
47-44	المطلب الثاني: مفهوم الحملات الإعلامية.....
50-48	المطلب الثالث: أنواع الحملات الإعلامية.....
52-51	المطلب الرابع: أهمية وأهداف الحملات الإعلامية.....
53	المبحث الثاني: عوامل والخطوات التنفيذية للحملات الإعلامية.....
53	المطلب الأول: عوامل نجاح الحملات الإعلامية.....
55-54	المطلب الثاني: مبادئ هامة للحملات الإعلامية.....
62-55	المطلب الثالث: الخطوات التنفيذية للحملات الإعلامية.....
70-63	المطلب الرابع: نماذج بعض الحملات الإعلامية في الجزائر.....
71	خلاصة الفصل.....
<b>الفصل الثاني: الثقافة الأمنية.....</b>	
74	تمهيد.....
75	المبحث الأول: ماهية الثقافة والأمن.....
76-75	المطلب الأول: مفهوم الثقافة.....
80-77	المطلب الثاني: خصائص وتصنيفات الثقافة.....
81-80	المطلب الثالث: مفهوم الأمن.....
82-81	المطلب الرابع: أبعاد الأمن.....
83	المبحث الثاني: ماهية الثقافة الأمنية.....

## الفهرس

85-83	المطلب الأول: مفهوم الثقافة الأمنية.....
89-85	المطلب الثاني: خصائص ووظائف الثقافة الأمنية.....
90-89	المطلب الثالث: الأساليب المعتمدة لتنمية الثقافة الأمنية.....
91-90	المطلب الرابع: أهمية الثقافة الأمنية.....
92	خلاصة الفصل.....
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي	
94	تمهيد.....
95	بطاقة فنية عن المديرية العامة للأمن الوطني.....
96	بطاقة فنية عن الثانويات.....
129-97	عرض النتائج وتحليلها.....
133-130	مناقشة النتائج والتوصيات.....
134	خاتمة
140-136	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق
	الفهرس